

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

ANDRÉ LUIZ MAGALHÃES RODRIGUES

**ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICA FINANCEIRA PARA A IMPLANTAÇÃO  
DE UMA EMPRESA QUE BENEFICIE OSTRAS PRODUZIDAS PELOS  
MARICULTORES DO MUNICÍPIO DE FLORIANÓPOLIS, COM OS RESPECTIVOS  
SELOS DE QUALIDADE DO PROCESSO E QUALIDADE DA ORIGEM**

Florianópolis

2005

ANDRÉ LUIZ MAGALHÃES RODRIGUES

**ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICA FINANCEIRA PARA A IMPLANTAÇÃO  
DE UMA EMPRESA QUE BENEFICIE OSTRAS PRODUZIDAS PELOS  
MARICULTORES DO MUNICÍPIO DE FLORIANÓPOLIS, COM OS RESPECTIVOS  
SELOS DE QUALIDADE DO PROCESSO E QUALIDADE DA ORIGEM**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito  
para a obtenção do grau de Bacharel em Administração da  
Universidade Federal de Santa Catarina, sob orientação do  
Professor Pedro da Costa Araújo


Florianópolis

2005

ANDRÉ LUIZ MAGALHÃES RODRIGUES

**ESTUDO DE VIABILIDADE ECONÔMICA FINANCEIRA PARA A  
IMPLANTAÇÃO DE UMA EMPRESA QUE BENEFICIE OSTRAS PRODUZIDAS  
PELOS MARICULTORES DO MUNICÍPIO DE FLORIANÓPOLIS, COM OS  
RESPECTIVOS SELOS DE QUALIDADE DO PROCESSO E QUALIDADE DA  
ORIGEM**

Este Trabalho de Conclusão de Estágio foi julgado adequado e aprovado em sua forma final pela Coordenadoria de Estágios do Departamento de Ciências da Administração da Universidade Federal de Santa Catarina, em 21 de novembro de 2005.

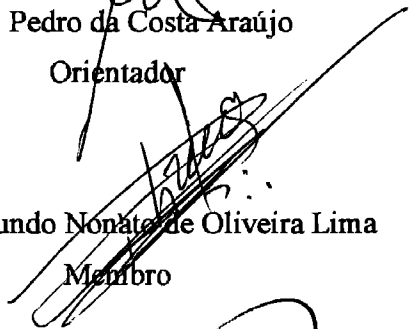


Marcos Baptista Lopes Dalmau  
Coordenador de Estágios

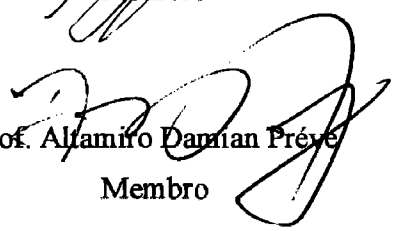
Apresentada à banca Examinadora integrada pelos professores:



Prof. Pedro da Costa Araújo  
Orientador



Prof. Raimundo Nonato de Oliveira Lima  
Membro



Prof. Altamiro Damian Prêve  
Membro

*"Não se pode ensinar alguma coisa a alguém, pode-se apenas auxiliar a descobrir por si mesmo."*

Galileu Galilei

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus por toda a força que tem me concedido durante toda minha vida.

A minha família, pelos ensinamentos, confiança e fé depositados em mim.

Ao meu querido pai Paulo de Tarso, que sempre me incentivou e ajudou com a pesquisa, possibilitando que eu participasse das reuniões de maricultores

A minha mãe que estava sempre pronta a ajudar

Ao meu orientador Pedro da Costa Araújo que me auxiliou no desenvolvimento desse trabalho

Aos meus amigos e namorada que aceitaram minha ausência durante a realização do trabalho

A Lurdes que cozinhava enquanto eu fazia o trabalho

Ao seu Carlos que parava de fazer barulho na obra quando eu precisava de silêncio

Ao vizinho Samuel que sempre aparecia para a pausa do café

## **RESUMO**

**RODRIGUES, André. Estudo de viabilidade econômica financeira para a implantação de uma empresa que beneficie ostras produzidas pelos maricultores do município de Florianópolis, com os respectivos selos de qualidade do processo e qualidade da origem. 2005. 122p. Trabalho de Conclusão de Estágio (Graduação em Administração). Curso de Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis**

O presente trabalho tem como finalidade analisar a viabilidade econômico-financeira para implantação de uma empresa que beneficie ostras produzidas pelos maricultores do município de Florianópolis, com os respectivos selos de qualidade do processo e qualidade da origem. Este empreendimento será estabelecido na localidade do Ribeirão da Ilha, no município de Florianópolis. Durante o desenvolvimento deste estudo foram utilizados os métodos de pesquisa de ordem qualitativa e quantitativa, levando em consideração informações de viabilidade econômico-financeiras e mercadológicas, além de aspectos técnicos, jurídico-legais, administrativos, contábeis e ambientais. Foram realizadas entrevistas e observações de comportamento dos clientes, fornecedores e concorrentes do mercado de ostras. Projeções financeiras também foram elaboradas para se encontrar a margem de lucro e de contribuição, o ponto de equilíbrio, a taxa de retorno e o prazo de retorno do investimento. Tal estudo comprova a viabilidade do empreendimento

**Palavras-Chave:** projeto econômico-financeiro, certificação de qualidade e mercado de ostras

## LISTA DE QUADROS

Quadro nº 1 – Simulação para o pagamento de empréstimo.....	73
Quadro nº 2 – Custo da construção da edificação .....	74
Quadro nº 3 – Relação de móveis e utensílios .....	75
Quadro nº 4 – Relação de máquinas e equipamentos.....	75
Quadro nº 5 - Veículos .....	76
Quadro nº 6 - Depreciação (prazos e taxas) .....	77
Quadro nº 7 – Depreciação Acumulada .....	78
Quadro nº 8 – Despesas com folha de pagamento .....	79
Quadro nº 9 – Despesas administrativas .....	79
Quadro nº 10 – Despesas fixas mensais .....	80
Quadro nº 11 – Mão-de-obra direta.....	81
Quadro nº 12 – Custo da produção.....	81
Quadro nº 13 – Custo da mercadoria vendida.....	82
Quadro nº 14 – Índices de comercialização do produto .....	84
Quadro nº 15 – Demonstração do resultado anual (dados prospectados) .....	87
Quadro nº 16 – Investimentos Iniciais .....	92
Quadro nº 17 – Resumo dos dados (cenário intermediário).....	95

## **LISTA DE FIGURAS**

<b>Figura 1 – Evolução da produção de ostras em Santa Catarina .....</b>	<b>46</b>
<b>Figura 2 – Fluxo de comercialização da ostra .....</b>	<b>48</b>



## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 – Países interessados na ostra brasileira .....	45
--	----

## **LISTA DE ANEXOS**

<b>Anexo I – Lista de fornecedores (relação de maricultores de Florianópolis) .....</b>	<b>105</b>
<b>Anexo II – Planta baixa da empresa .....</b>	<b>111</b>
<b>Anexo III - Lei Nº 12.117, de 07/01/2002 (DO-SC, DE 09/01/2002) .....</b>	<b>112</b>
<b>Anexo IV - Documentos necessários para o registro da empresa .....</b>	<b>119</b>
<b>Anexo V - Fluxograma de registro de inspeção sanitária .....</b>	<b>121</b>

## SUMÁRIO

<b>RESUMO .....</b>	<b>5</b>
<b>LISTA DE QUADROS .....</b>	<b>6</b>
<b>LISTA DE FIGURAS .....</b>	<b>7</b>
<b>LISTA DE TABELAS.....</b>	<b>8</b>
<b>LISTA DE ANEXOS.....</b>	<b>9</b>
<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>12</b>
<b>1.1 Contextualização do tema e apresentação do problema de pesquisa .....</b>	<b>12</b>
<b>1.2 Objetivos.....</b>	<b>15</b>
1.2.1 Objetivo geral.....	15
1.2.2 Objetivos específicos.....	15
<b>1.3 Justificativa .....</b>	<b>16</b>
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>17</b>
<b>2.1 Empreendedorismo .....</b>	<b>17</b>
<b>2.2 O plano de negócio .....</b>	<b>20</b>
2.1.1 Aspectos mercadológicos.....	22
2.1.1 Aspectos técnicos .....	24
2.1.3 – Aspectos ambientais .....	25
2.1.4 – Aspectos jurídico-legais .....	26
2.1.5 – Aspectos administrativos.....	28
2.1.6 – Aspectos econômico-financeiros.....	29
2.1.6.1 Financiamento .....	30
2.1.6.2 Capital de giro inicial .....	31
2.1.6.3 Depreciação .....	31
2.1.6.4 Fluxo de caixa .....	32
2.1.6.5 Custos .....	32
2.1.6.6 Receita .....	33
2.1.6.7 Lucro .....	33
2.1.6.8 Métodos de avaliação do investimento .....	34
<b>3 - METODOLOGIA .....</b>	<b>36</b>
<b>3.1 Tipo de estudo e abordagens .....</b>	<b>36</b>
<b>3.2 Processo de coleta e análise dos dados .....</b>	<b>37</b>
<b>4 ASPECTOS MERCADOLÓGICOS .....</b>	<b>39</b>
<b>5 ASPECTOS TÉCNICOS.....</b>	<b>50</b>
<b>5.1 Quanto a certificação do processo (SIF).....</b>	<b>50</b>
<b>5.2 Quanto ao monitoramento da qualidade da carne de ostra e da água do cultivo .....</b>	<b>53</b>
<b>5.3 Quanto ao processo de obtenção do selo de qualidade.....</b>	<b>56</b>

5.4 Quanto ao registro do nome do selo.....	58
6 ASPECTOS AMBIENTAIS.....	61
7 ASPECTOS JURÍDICOS –LEGAIS.....	63
7.1 Para a solicitação do SIF.....	65
8 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS .....	68
9 ASPECTOS CONTÁBEIS .....	71
10 ASPECTOS FINANCEIROS.....	73
10.1 Recursos financeiros.....	73
10.2 Investimentos fixos .....	74
10.2.1 Depreciação .....	76
10.3 Estrutura de custos e despesas .....	78
10.3.1 – Mão-de-obra direta .....	80
10.4 Custo de produção.....	81
10.5 Custo da mercadoria vendida (CMV) .....	82
10.6 Indicadores de vendas .....	83
10.7 Taxa de marcação ( <i>Markup</i> ).....	84
10.9 Apuração dos resultados.....	86
10.10 Índices de lucratividade.....	88
10.10.1 Margem de contribuição.....	88
10.10.2 Margem de lucro .....	89
10.10.3 Ponto de equilíbrio .....	90
10.11 Investimento inicial .....	91
10.12 Remuneração de capital.....	92
10.12.1 Taxa de retorno do investimento (TIR).....	92
10.12.2 Prazo de retorno do investimento ( <i>payback</i> ).....	93
11 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	96
12 REFERÊNCIAS .....	100

## 1. INTRODUÇÃO

### 1.1 Contextualização do tema e apresentação do problema de pesquisa

A Malacocultura (nome dado ao cultivo de ostras e mexilhões) representa uma alternativa econômica imediata para os pescadores artesanais que, além de poderem conciliar esta atividade com a pesca, podem utilizar mão-de-obra familiar no processo produtivo.

Dentro da malacocultura, a miticultura (cultivo de mexilhões) e a ostreicultura (cultivo de ostras) tornam-se dominantes em Santa Catarina. Segundo POLI (2004) a ostreicultura no Estado teve início em 1983 com o “Projeto Ostra”, promovido pela Universidade Federal de Santa Catarina. Esse projeto objetivava estudar a viabilidade do cultivo de ostras na Baía Norte da Ilha de Santa Catarina.

Apesar das dificuldades encontradas nas primeiras tentativas usando a ostra nativa *Crassostrea Rhizophorae*, os pesquisadores acreditavam no potencial do Estado para o seu cultivo. Em 1987, sob a coordenação do professor Carlos Rogério Poli, pesquisadores começaram a trabalhar com a comunidade de Santo Antônio de Lisboa, experimentando o cultivo de ostra do pacífico (*crassotea Gigas*, também conhecida como ostra japonesa). Este trabalho permitiu a construção de uma pequena fazenda em parceria com a colônia de pescadores Z-11 e a formação do primeiro Condomínio de Pesca da Baía Norte.

No entanto, o cultivo local só se desenvolveu na década de 90, quando o País recebeu um aporte de capitais do Canadá. Na primeira etapa, entre 1990 e 1995, o governo canadense injetou em Santa Catarina 600 mil dólares canadenses. Na etapa seguinte, entre

1996 e 2003, o programa recebeu 6 milhões de dólares canadenses, além de investimentos oficiais brasileiros.

Com esse incremento de capital, a atividade no Estado se desenvolveu. Devido a isso, as expectativas dos produtores ligados a ostreicultura são bastante otimistas. Estima-se que a produção possa chegar a estrondosos 5 milhões de dúzias em 2006. Segundo POLI (2004), de tão famosas pela qualidade, as ostras cultivadas de Florianópolis viraram um sinônimo culinário de Santa Catarina.

Mesmo sendo tão famosas o Município ainda não utiliza todo seu potencial produtivo. As características oceanográficas extremamente favoráveis, compostas por áreas protegidas, com temperaturas médias anuais propícias e águas altamente produtivas, permitem a produção de ostras em grande escala. A área das baías Norte e Sul na região metropolitana de Florianópolis equivalem a 41 mil ha, sendo, 0,23% dessa área utilizada para a produção.

Entretanto esse potencial produtivo ainda não é aproveitado, porque, a ostreicultura em Florianópolis, por seu curto espaço de existência, é uma atividade ainda bastante artesanal em todo seu processo produtivo e comercial, atendendo em grande parte apenas o mercado local.

A insuficiência de uma legislação específica para o desenvolvimento da atividade, a falta de adaptação da ostra as necessidades e interesses do consumidor, as dificuldades para comercialização da ostra no Brasil e no exterior - pelo fato do produto não atender as exigências sanitárias feitas pelo Ministério da Agricultura e no exterior pelo fato do produto não cumprir com as exigências do mercado externo - dificultam o alcance dos mercados potenciais fora do município de Florianópolis.

Para que a comercialização das ostras possa ocorrer em uma abrangência interestadual ou internacional ela deve ser certificada pelo SIF (Serviço de Inspeção Federal). Essa certificação corresponde ao processo de lavar, manusear, embalar e armazenar o produto de acordo com as exigências pré-estabelecidas pelo Ministério da Agricultura, a respeito do ambiente e processo de beneficiamento da ostra.

Já para exportar o produto faz-se necessário obter um processo que certifique não só o processo de beneficiamento do produto (SIF), mais também uma forma de comprovar a qualidade da origem de produto livre de coliformes fecais, bactérias e com carne de qualidade. Esse monitoramento no cultivo das ostras (origem), é inédito no Brasil.

A obtenção de um selo de qualidade de origem junto com o selo de qualidade do processo (SIF), traria benefícios tanto para os produtores, que poderiam exportar e comercializar um produto de qualidade e origem controladas, aumentando o valor agregado deste produto frente aos concorrentes; quanto para o consumidor que teria a certeza de estar consumindo um produto de procedência controlada e de altíssima qualidade e para o município de Florianópolis que teria sua “imagem” associada a um produto de indicação geográfica de origem e a denominação de origem controlada, a exemplo do que ocorre com outros produtos mundiais, como o Mexilhão da Galicias, a Truta Americana, o Cat-fish Americano, o Champagne Francês, o Salmão Chileno que ficaram famosos e ganharam os mercados mundiais porque criaram uma identidade e uma logomarca, que os identificou mundialmente, como um produto especial e de alta qualidade.

Esse trabalho pretende identificar a viabilidade da implantação de uma empresa que beneficie ostras produzidas pelos maricultores do município de Florianópolis, com os respectivos selos de qualidade do processo e qualidade de origem .

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo geral**

Efetuar um estudo de viabilidade econômico-financeira para a implantação de uma empresa que beneficie ostras produzidas pelos maricultores do município de Florianópolis, com os respectivos selos de qualidade do processo e qualidade da origem .

### **1.2.2 Objetivos específicos**

- Efetuar análise do mercado consumidor de ostras nas cidades de Porto Alegre, Curitiba e São Paulo
- Efetuar análise dos fornecedores de ostras do município de Florianópolis
- Criar um selo de qualidade que certifique a origem das ostras
- Efetuar análise econômico-financeira do empreendimento



### 1.3 Justificativa

Este trabalho tem o objetivo de tornar efetivo o desejo deste acadêmico de tornar-se um empreendedor, através da concretização de um negócio próprio na área da aquicultura (que o cultivo de organismos aquáticos).

A oportunidade de negócio foi vislumbrada, após uma reunião com os maricultores da região da Grande Florianópolis, no qual o acadêmico estava presente, com o objetivo da realização de um trabalho para a obtenção de nota parcial de uma disciplina do curso de administração de UFSC.

Por não encontrar pesquisa semelhante sobre o assunto, almejou-se a realização deste estudo de viabilidade, para verificar o que pode ser feito visando aproveitar o grande potencial produtivo de ostras da cidade de Florianópolis.

Segundo Polli (2003, pág. 55), o município de Florianópolis teve na última safra uma participação de 83,3% do total das ostras produzidas no Brasil.

Aproveitando-se desse potencial produtivo, a Prefeitura Municipal de Florianópolis criou a Festa Nacional da Ostra com o intuito de alavancar o desenvolvimento da ostreicultura através da repercussão turística e valorização da cultura açoriana que está diretamente inserida na cadeia produtiva.

Outro ponto relevante para a escolha da cidade de Florianópolis como sede do novo empreendimento, é a proximidade da região com os grandes centros consumidores do molusco, que utilizam as ostras como produtos essenciais da alta culinária, merecendo destaque, as cidades de São Paulo, Curitiba e Porto Alegre

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

O capítulo de fundamentação teórica tem como finalidade apresentar o referencial teórico que auxilie no desenvolvimento do estudo de viabilidade econômico-financeira do projeto, tanto na fase de estruturação inicial como na análise posterior ao desenvolvimento do estudo, dando embasamento teórico aos fatos a serem estudados.

A fundamentação teórica permite entre outros propósitos levantar soluções alternativas para tratar de uma problemática. Permite, por exemplo, levantar dados e informações contextuais para dimensionar e qualificar a problemática em estudo; levantar métodos e instrumentos alternativos de análise e assegurar ao seu autor que o trabalho tem alguma originalidade. (ROESCH,1996, p.105)

Esta fundamentação teórica levará em consideração parâmetros fundamentais ao estudo da viabilidade, sendo eles: estudo de mercado, fornecedores, aspectos administrativos, financeiros e jurídico-legais que irão dar direção ao desenvolvimento da pesquisa que se propõe.

### **2.1 Empreendedorismo**

Conforme Dornelas (2001), o interesse de toda a sociedade em relação aos pequenos negócios é explicado pelo seu grande significado político e econômico. Político porque as micro e pequenas empresas funcionam como fator de equilíbrio da estrutura empresarial brasileira e coexistem com as grandes empresas. Econômico porque geram grande número de empregos, por isso, contribuem muito na geração de receitas e na produção de bens.

No entanto, muitos empresários não conseguem manter as portas de suas empresas abertas por muito tempo. Pesquisas do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) demonstram que cerca de 62% das empresas de pequeno porte abertas no Brasil não passam do terceiro ano de existência.

Degen (1989), complementa que todo negócio é iniciado explorando-se uma oportunidade identificada pelo empreendedor no mercado. A habilidade em evitar o rápido esgotamento da oportunidade, promovendo sua ampliação até se obter um negócio estabilizado, representa o sucesso do negócio.

Segundo o mesmo autor, para evitar o rápido esgotamento da oportunidade os empreendedores, no primeiro estágio de crescimento, acumulam recursos e procuram identificar oportunidades de negócio para iniciar um empreendimento.

Para amenizar a chance de insucesso de um novo empreendimento faz-se necessário o estudo e um acúmulo de recursos sobre o tema empreendedorismo.

De acordo com Dornelas (2001), o empreendedorismo pode ser tanto corporativo quanto de “start-up”.

O empreendimento corporativo procura trabalhar os conceitos do empreendedorismo e da inovação através de programas voltados ao desenvolvimento do perfil empreendedor de funcionários e executivos e na implementação de novos projetos e negócios corporativos. Aplica-se a empresas já constituídas, de médio e grande porte, através de treinamentos, palestras, seminários, workshops e consultorias.

Já o empreendimento de “start-up” procura trabalhar com potenciais empreendedores e empresas inovadoras em estágio inicial de desenvolvimento, através de treinamentos, palestras e consultorias relacionadas ao empreendedorismo, plano de

negócios, inovação e capital de risco. De acordo com essa definição o empreendimento proposto nesse trabalho caracteriza-se como um empreendedorismo de “start-up”.

Conforme o mesmo autor, para exercer uma atividade empreendedora deve-se estar apto a realizar sete passos, que são os seguintes:

- a) assumir riscos - ou ter coragem de enfrentar desafios, de tentar um novo empreendimento, de buscar, por si só, os melhores caminhos. É ter autodeterminação. E aprender a lidar com os riscos;
- b) identificar oportunidades - ficar atento e perceber, no momento certo, as oportunidades que o mercado oferece. Reunindo as condições propícias para a realização de um bom negócio;
- c) conhecimento, organização e independência - quanto maior o domínio de um empresário sobre um ramo de negócio, maior será sua chance de êxito. Ter capacidade de utilizar recursos humanos, materiais, financeiros e tecnológicos de forma racional e determinar seus próprios passos, abrir seus próprios caminhos, ser seu próprio patrão, enfim, buscar a independência é meta importante na busca do sucesso;
- d) tomar decisões, pois, o sucesso de um empreendimento, muitas vezes, está relacionado com a capacidade de decidir corretamente;
- e) liderança, dinamismo e otimismo - liderar é saber definir objetivos, orientar tarefas, combinar métodos e procedimentos práticos, estimular as pessoas no rumo das metas traçadas e favorecer relações equilibradas dentro da equipe de trabalho, em torno do empreendimento;

f) planejamento e plano de negócios - não basta apenas sonhar, deve-se transformar o sonho em ações concretas, reais, mensuráveis. Para isso, existe uma simples, porém para muitos, tediosa, técnica de se transformar sonhos em realidade: o planejamento.

f) planejamento e plano de negócios - não basta apenas sonhar, deve-se transformar o sonho em ações concretas, reais, mensuráveis. Para isso, existe uma simples, porém para muitos, tediosa, técnica de se transformar sonhos em realidade: o planejamento.

g) tino empresarial - o que muita gente acredita ser um "sexto sentido", intuição, faro empresarial, típicos de gente bem-sucedida nos negócios é, na verdade, na maioria das vezes, a soma de todas as qualidades descritas até aqui. Se o empreendedor reúne a maior parte dessas características terá grandes chances de êxito.

Entretanto, é cada vez mais evidente e necessário que os empreendedores não apenas possuam as qualidades necessárias, mas principalmente, que vejam o planejamento, materializado por meio do plano de negócios, como a sua principal arma para construir ou levar o seu empreendimento a um crescimento com bases sólidas e rumo ao sucesso.

## **2.2 O plano de negócio**

De acordo com Degen (1989) o objetivo do plano de negócio é identificar o conceito do negócio, o mercado, competidores, vendas, estrutura, operação, previsões dos resultados econômicos e financeiros

Segundo Dornelas (2001), o plano de negócio é utilizado para fornecer um instrumento de gestão que auxilie o empreendedor a planejar suas futuras atividades. Devem estar presentes no plano de negócios, a caracterização do negócio, o planejamento

das ações a serem realizadas, os recursos necessários, a necessidade de implementações, as capacitações, a utilização de financiamentos ou de recursos próprios, o marketing e a comercialização.

Dolabela (1999) destaca que o principal usuário do plano de negócios é o próprio empreendedor que está diante de uma poderosa ferramenta de análise de seu negócio, diminuindo sua taxa de risco e auxiliando suas decisões, que podem ser de abrir uma empresa, ou de não investir em um novo empreendimento, pois:

A elaboração de qualquer plano de produção futura de bens ou serviços implica sempre no equacionamento de um complexo número de variáveis relacionadas com os diversos aspectos técnicos, econômicos, financeiros, administrativos e legais das empresas ou empreendimentos, sendo lícito supor que as possibilidades de êxito serão maiores na medida em que essas múltiplas informações forem ordenadas na forma sugerida pelo conhecimento científico e pela experiência prática. (HOLANDA, 1987, p.96)

O estudo de viabilidade leva em consideração as informações contidas no plano de negócios utilizado pelo empreendedor. Segundo Chiavenato (1994) a semente de um projeto de estudo de viabilidade consiste na identificação de uma oportunidade. Existem alguns processos que auxiliam na identificação de oportunidades, como observar deficiências da concorrência, observar tendências de mercado, procurar derivações em negócios similares ou simplesmente imitar o sucesso alheio eficientemente.

Uma vez identificada a oportunidade de comercialização de ostras certificadas pelo SIF para os outros estados brasileiros além do estado de Santa Catarina, o estudo volta-se a exposição dos aspectos e impactos na análise de viabilidade, levando-se em consideração os aspectos mercadológicos, aspectos técnicos, aspectos ambientais, aspectos jurídico-legais, aspectos administrativos e aspectos econômico-financeiros.

### 2.1.1 Aspectos mercadológicos

O empreendedor ao iniciar um novo negócio deve antes de tudo fazer estudos de mercado, procurando conhecer dentro da maior realidade possível qual o mercado existente para o seu produto ou serviço. De acordo com Buarque (1991) “o estudo do mercado é a parte do projeto na qual se determina o grau de necessidade que a sociedade apresenta em relação ao bem ou serviço cuja produção se deve estudar”.

De acordo com Ballou (1993) existem dois tipos de mercados distintos que adquirem os produtos da empresa. O primeiro tipo de mercado é composto pelos usuários finais, que irão consumir o produto, seja para atender suas necessidades ou para criar novos produtos. O segundo mercado é composto por aqueles que não consomem o produto mas o disponibilizam para revenda, chamados de intermediários.

A diferença entre esses dois tipos de consumidores está principalmente no hábito da compra. Consumidores finais caracterizam-se por adquirir pequenas quantidades e são bastante numerosos, comprando com maior frequência. Enquanto intermediários normalmente compram quantidade, com menos frequência e estão em menor quantidade no mercado.

Entretanto, segundo Kotler (2000), um mercado consiste de todos os consumidores em potenciais que compartilham de uma necessidade ou desejo específico, dispostos e habilitados para fazer uma troca que irá satisfazer essa necessidade ou desejo.

Por isso para que um empreendimento obtenha êxito, é de suma importância traçar o caminho a ser seguido. O planejamento do negócio envolve uma série de informações sobre

o ambiente em que este será desenvolvido. Dessa forma, torna-se necessário ordenar e planejar as ações a serem executadas, visando a otimizar as potencialidades de sucesso.

Planejar, significa que os administradores pensam antecipadamente os seus objetivos e ações, e que seus atos são baseados em algum método, plano ou lógica, e não em palpites. São os planos que dão à organização seus objetivos e que definem o melhor procedimento para alcançá-los (STONER E FREEMAN, 1999, p.93):

Faz-se necessário então o estudo dos concorrentes, fornecedores e clientes do novo empreendimento.

De acordo com Kotler (2000), saber quais são os maiores concorrentes, que produtos e serviços eles oferecem, seus pontos fortes e fracos, além do grau de satisfação do cliente com os produtos e serviços já existentes permite esboçar um panorama do impacto da entrada de uma nova empresa no mercado.

A respeito dos fornecedores Kotler (2000) diz ser necessário ter conhecimento de quais são os fornecedores, o que eles oferecem, quais os pontos fortes e fracos de cada um, para que concorrentes eles oferecem, além da localização, preço, prazo de entrega e condições de pagamento destes, permitindo saber as necessidades de captação e aquisição de recursos para o abastecimento produtivo.

Sobre os clientes, Kotler (1999), descreve que; uma vez selecionado o mercado-alvo, torna-se mais simples identificar compradores potenciais. À medida que a empresa aprofunda seu conhecimento desse mercado, sobre o que ele quer, o que compra, onde e quando compra, melhora sua capacidade de encontrar novos clientes de firmar a sua posição.



### 2.1.1 Aspectos técnicos

O objetivo da formulação de projetos está em conhecer a função de produção ótima, que melhor utilize os recursos disponíveis para obter o produto desejado, seja este um bem ou serviço.

Assim, o estudo técnico não apenas demonstra a viabilidade técnica do projeto como também qual a alternativa técnica que melhor se ajusta aos critérios de otimização que devem ser aplicados no projeto. Por essa razão, as decisões tomadas com base nesse estudo determinam a necessidade de capital e de mão-de-obra necessários para a execução do projeto e sua operação.

Para Clemente (1998) o termo projeto está associado à percepção de necessidades ou oportunidades de certa organização. O projeto dá forma à idéia de executar ou realizar algo, no futuro, para atender a necessidades ou aproveitar oportunidades.

O objetivo da formulação do projeto está em conceber a função de produção ótima, que melhor utilize os recursos disponíveis para obter o produto desejado, seja este um bem ou serviço.

Os fatores que condicionam o tamanho do projeto costumam ser o mercado, a capacidade financeira e empresarial, a disponibilidade de insumos, as limitações dos processos técnicos e os fatores institucionais. A seleção dos processos de produção está condicionada às características do produto, à sua rentabilidade, à disponibilidade de insumos e aos aspectos tecnológicos da empresa.

Dessa forma, Clemente (1998) complementa, dizendo que o processo de elaboração, análise e avaliação de projetos envolve um complexo elenco de fatores sócio-culturais, econômicos e políticos que influenciam os decisores na escolha de objetivos e dos métodos.

### 2.1.3 – Aspectos ambientais

Os aspectos ambientais reúnem um conjunto de informações teóricas e práticas que visam a preservação do meio-ambiente.

Schenini (1999) coloca que a sociedade contemporânea conseguiu evoluir de uma economia feudal e agrícola para uma sociedade urbana com sistema industrial de produção em larga escala. As consequências, contudo, não tardaram a aparecer. O consumo exagerado de recursos naturais e a degradação do ecossistema fazem com que no mundo inteiro sejam sentidos os seus efeitos

Numa tentativa de minimizar os danos causados pelas indústrias, faz-se necessário, reunir um conjunto de informações teóricas e práticas que visam a preservação do meio-ambiente.

De acordo com Montibeller (2001), em sentido amplo, o meio ambiente compõe-se dos elementos físicos, químicos, biológicos, sociais, humanos e outros que envolvem um ser ou objetivo.

Torna-se então importante a abordagem ambiental na análise de um processo de produção, no sentido de avaliar a probabilidade da ocorrência de efeitos ecológicos sobre a região de atuação. Visando chegar o mais próximo possível do Desenvolvimento Sustentável.

Schenini (1999) firma o Desenvolvimento Sustentável em três pilares básicos que são o crescimento econômico, a equidade social e o equilíbrio ecológico, todos sob o mesmo espírito holístico de harmonia e responsabilidade comum. Desta forma pode-se entender o Desenvolvimento Sustentável como a possibilidade de promover o desenvolvimento através de técnicas que assegurem o progresso sim, mas sem a destruição do meio ambiente. É preciso garantir para as gerações futuras um ambiente preservado que lhes permita viver com qualidade.

#### 2.1.4 – Aspectos jurídico-legais

Quanto a implantação de um novo empreendimento, é de grande relevância o cumprimento e enquadramento do negócio dentro dos aspectos jurídicos-legais estabelecidos pela lei.

É baseado no enquadramento jurídico que o empreendimento realiza o pagamento dos seus tributos ao Governo Federal. Segundo a Lei nº 9.317, de 5 de Dezembro de 1996, existe um tratamento diferenciado, simplificado e favorecido, aplicável às microempresas e as empresas de pequeno porte, relativo aos impostos e às contribuições. Já as empresas de grande porte não podem usufruir os favorecimentos criados por essa lei.

De acordo com a classificação do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), as microempresas são aquelas com renda bruta igual ou inferior a R\$ 120.000,00, e as empresas de pequeno porte, as EPP, são as que possuem faturamento superior a R\$ 120.000,00 e igual ou inferior a R\$ 1.200.000,00; pode ainda haver classificação conforme a produção sendo do tipo primária ou de base, indústrias de bens de

capital ou indústrias de bens de consumo; e ainda conforme a dependência do tipo pública ou privada.

Segundo a Lei 6.939/81, art. 6º, o contrato social de constituição de uma empresa deve conter as seguintes cláusulas essenciais:

- a) nome e qualificação dos sócios;
- b) nome comercial contendo a razão social (por exemplo “Pedro e João Hortaliças Ltda.”) e o elemento de fantasia, que é a marca (por exemplo “alface d’água”);
- c) objetivo social, que é o tipo do negócio, estabelecido de forma minuciosa;
- d) capital, descrito através da relação de bens ou valores subscritos e integralizados e porcentagem de cada sócio;
- e) as responsabilidades de cada sócio em relação à sociedade;
- f) as atribuições e responsabilidades do sócio-gerente;
- g) prazo de duração;
- h) a sede e o foro; e
- i) visto de advogado.

A implantação de uma agroindústria, segundo o site do Ministério da agricultura (<http://www.agricultura.gov.br>), depende de diversos fatores, especialmente daqueles relacionados à sua legalização. Neste caso, são necessários vários tipos de registros, tanto os relativos à forma jurídica da organização do grupo de aqüicultores, quanto os de ordem sanitária e ambiental. Todos esses registros seguem um conjunto de leis que normatizam e orientam o processo de legalização.

### 2.1.5 – Aspectos administrativos

Segundo Woiler (1996) os aspectos administrativos de um projeto dizem respeito à estrutura organizacional que será necessária para a implantação e para a operação do projeto.

Desde Ford, preconizador da Administração Científica, procurou-se planejar a produção racionalizando os métodos de trabalho, reduzindo desperdícios de recursos e garantindo a responsabilidade do empregado pelo aumento do lucro com a produção atingida.

Muitas são as sugestões e fórmulas apresentadas para práticas de mercado vitoriosas. A escolha pela melhor alternativa, seja pela qualidade, atendimento, preço, dentre outras, pode tornar-se fator crucial na aceitação de um produto ou serviço por parte do mercado consumidor. O plano de ação de uma empresa deve visar a um projeto consistente para obtenção de diferencial competitivo. O projeto deve ser consistente para a obtenção de diferencial competitivo. A organização que visa crescimento precisa trabalhar com intensidade e inteligência, expandir seus mercados-alvo, atrair talentos e criar oportunidades.

Dentro desse quadro, a função de planejamento assume caráter decisivo. Conforme Chiavenato (1994), é pelo planejamento que as empresas determinam seus objetivos, formulam suas estratégias, decidem quais recursos serão utilizados; e as políticas que farão parte dos planos de aquisição, utilização e disposição desses recursos.

A organização de uma empresa é elaborada de acordo com a disposição de sua estrutura. A estrutura organizacional compreende a disposição das diversas unidades que

compõem a empresa –departamentos, divisões, seções – e as relações entre superiores e subordinados. As tarefas responsáveis pela transformação de recursos em produtos requerem a interação entre diferentes unidades que compõem uma empresa.

A direção dentro dessa estrutura tem a função e responsabilidade de dividir as principais tarefas eficientemente. Kotler (1999) ressalta a importância da liderança nos ambientes de constantes mudanças organizacionais. Demonstra que os papéis e cargos administrativos devem atuar integralmente com a liderança, formando sistemas de ação que efetivem um bom desempenho no mercado por parte da organização. Pois uma boa posição administrativa é alcançada quando as pessoas da organização têm conhecimento de seus direitos e deveres, direcionando suas principais aptidões aos objetivos coletivos da empresa.

Por meio do controle exercido pela função administrativa é que o progresso é medido, dando a possibilidade de implantar, quando necessário, medidas de otimização nos processos utilizados e ações corretivas.

#### 2.1.6 – Aspectos econômico-financeiros

Quanto maior o tamanho do projeto, maior a necessidade de recursos para a sua implantação e manutenção, podendo levar a uma maior necessidade de financiamento e limitações ao tamanho do projeto.

Esta limitação pode ser de menor importância quando o projeto puder ser realizado por etapas e há perspectivas de reinversão de lucros ou, ainda, quando há fácil acesso ao mercado de capitais ou a empréstimos de bancos estatais de desenvolvimento. (HOLANDA, 1987, p. 132)

Por isso, quando da implementação de projetos deve-se contatar as possíveis fontes de financiamentos que proporcione a alavancagem do negócio, quando os recursos próprios não forem suficientes.

Outra possibilidade que não pode deixar de ser examinada é a busca de sócios para o empreendimento.

Os sócios podem ser a razão do sucesso ou fracasso de um empreendimento. A decisão de procurá-los deve depender exclusivamente da necessidade do futuro empreendedor de recursos gerenciais, técnicos e financeiros para desenvolver um novo negócio. Mas é preciso tomar muito cuidado para não escolher sócios em função de necessidades passageiras, porque passada a necessidade, o sócio pode transformar-se num peso inútil para o negócio (...) o futuro empreendedor deve procurar sócios cujo talento para o desenvolvimento do novo negócio complemente o seu. (DEGEN, 1989, p.32):

Vários aspectos devem ser analisados quando da escolha de um sócio, dentre eles, a honestidade, a capacidade de trabalhar em equipe e o espírito empreendedor do parceiro.

Percebe-se então que os aspectos financeiros de um projeto de um estudo de viabilidade são imprescindíveis para a decisão de montar ou não o empreendimento. Por isso, deve-se analisar o investimento inicial, o tempo de retorno, o capital de giro necessário e as fontes disponíveis para o financiamento, entre outros fatores vitais para a saúde financeira do negócio.

#### 2.1.6.1 Financiamento

O financiamento é uma forma de obtenção de capital, seja ele para iniciar um negócio, investir em novos equipamentos, reestruturar o ambiente físico ou simplesmente

como forma de especulação em longo prazo. Segundo Chiavenato (1994), é uma operação por meio da qual a empresa obtém recursos financeiros de terceiros para capital de giro inicial ou ativo permanentes, bem como para investimento, que pode ser de curto, médio ou longo prazo, a ser definido de acordo com sua aplicação.

#### 2.1.6.2 Capital de giro inicial

Não menos importante que o investimento inicial, o capital de giro inicial deve ser levado em consideração pelo empreendedor para o funcionamento da empresa, já que este representa o montante necessário para o início das atividades.

De acordo com Dolabela (1999) o capital de giro deve ser responsável pela cobertura de alugueis, pró-labore, salários e encargos, telefone, luz e depreciações.

#### 2.1.6.3 Depreciação

O cálculo de depreciação é importante, por se tratar de uma fonte de recursos em termos de caixa, visto que pode ser abatido do imposto de renda.

Buarque (1991) conceitua depreciação como a perda de valor que sofrem os bens de capital em virtude dos danos de operação. A depreciação pode ser decorrente de fatores físicos (uso ou desgaste), fatores funcionais (insuficiência e obsolescência) e por acontecimentos eventuais (acidentes).



#### 2.1.6.4 Fluxo de caixa

O fluxo de caixa envolve todas as entradas e saídas da empresa. Sanvicente (1996) afirma que o fluxo de caixa reflete o capital gerado pela atividade da empresa e seu destino, se o dinheiro é distribuído para o pagamento dos credores ou se é destinado aos acionistas da empresa.

Num negócio incipiente, as entradas e saídas de caixa são de difícil estimação, os valores são de difícil projeção e os riscos são eminentes. Degen (1989) sugere algumas técnicas auxiliares para minimizar os erros: fazer análise da sensibilidade do fluxo de caixa, projetá-lo e controlar a contabilidade.

#### 2.1.6.5 Custos

Buarque (1991) descreve o custo operacional, como equivalente ao total de recursos necessários para comprar e pagar os dividendos componentes do processo de produção e vendas da empresa durante um certo período, em geral um ano.

Para Holanda (1987, p 225): “podemos considerar como custo todo e qualquer sacrifício feito para produzir um determinado bem, desde que seja possível atribuir um valor monetário a esse sacrifício”. Faz uma distinção entre custos fixos e variáveis, conforme estes sejam ou não independentes do volume de produção ou do grau de utilização da capacidade produtiva.

De acordo com Martins (1990), custos fixos são aqueles que não dependem, em cada momento, do nível de produção da empresa e custos variáveis são aqueles que, dentro de certo período de tempo, tem seu valor total determinado pelo nível de produção da

empresa. A análise desses custos ajuda no cálculo do ponto de equilíbrio, que nasce da conjugação dos custos totais com as receitas totais.

Os custos variáveis ou custos de atividade são aqueles envolvidos diretamente no processo de produção. Nesta categoria incluem-se os gastos com energia elétrica, água, telefone, matérias-primas, entre outros.

Também é possível classificar os custos em diretos - custos que podem ser apropriados de imediato a um só produto ou serviço - ou custos indiretos – custos que precisam ser rateados por diferentes produtos ou serviços.

#### 2.1.6.6 Receita

Para Buarque (1991, p 107): “as receitas do projeto são o fluxo de recursos financeiros (monetários) que o mesmo recebe em cada ano de sua vida útil, direta ou indiretamente, graças às suas operações”. As receitas originam-se principalmente das vendas dos seus produtos ou subprodutos.

Para o preço do produto ofertado, Dolabela (1999) sugere que seja levado em consideração o preço dos concorrentes

#### 2.1.6.7 Lucro

O lucro é o saldo positivo entre os custos e despesas menos as receitas. No entanto existem várias formas contábeis de demonstração de lucro de uma organização. Que são elas: lucro bruto, lucro operacional, lucro antes do imposto de renda, lucro depois do imposto de renda e lucro líquido.

#### 2.1.6.8 Métodos de avaliação do investimento

Os métodos de avaliação do investimento são índices e indicadores do tempo necessário para identificar o período a para recuperação o capital aplicado no negócio.

De acordo com Sanvicente (1999), índice é a relação entre as contas ou grupos de contas das demonstrações financeiras que pretende evidenciar determinado aspecto da situação econômica ou financeira de uma empresa. Constitui-se na técnica de análise mais empregada e a sua principal característica é a de fornecer uma ampla visão da situação econômico-financeira da empresa. A utilização de índices também tem como um de seus objetivos principais permitir ao analista extrair tendências e comparar os quocientes com padrões pré-estabelecidos.

O mesmo autor complementa, dizendo que: embora existam diversos tipos de índices dos quais as empresas possam lançar mão para suas análises, na análise de um projeto de viabilidade econômico-financeira os indicadores mais importantes são os de rentabilidade, uma vez que os índices de rentabilidade objetivam a interpretação e análise dos resultados auferidos pela empresa. Eles são expressos pela relação do lucro com vários itens, conforme for o objetivo da análise. Dentre eles pode-se destacar:

$$\text{Taxa de retorno} = \frac{\text{Lucro líquido mensal}}{\text{Investimento inicial total}}$$

A fórmula acima indica qual a taxa de retorno mensal sobre o investimento realizado.

$$\text{Payback ( Prazo de retorno do investimento)} = \frac{\text{Investimento inicial total}}{\text{Lucro líquido mensal}}$$

Indicativo do prazo de retorno do investimento realizado

$$\text{Ponto de equilíbrio} \rightarrow QT = \frac{CDFT}{MCU}$$

Onde: **QT** = Quantidade total produzida e vendida

**CDFT** = Custos e despesas fixas totais

**MCU** – Margem de contribuição unitária (preço unitário – custos e despesas variáveis por unidade)

Mostra-se, com essa fórmula, o ponto de equilíbrio onde as somas das receitas totais igualam-se as somas das despesas fixas e variáveis totais.

Weston (2000) ressalta que um índice isolado de outros complementares, ou que ilustrem a causa de seu comportamento, não fornece elementos suficientes para uma conclusão satisfatória. Portanto, é necessário que se façam comparações temporais que propiciem o conhecimento evolutivo destes indicadores nos últimos anos. Esta seria uma maneira de se avaliar, de maneira dinâmica, o desempenho da empresa e as tendências que servem de base para um estudo prospectivo. É importante também se efetuar comparação setorial, desenvolvida através de um confronto entre os resultados da empresa em análise com seus principais concorrentes, com médias de mercado e seu setor de atividade.

### **3 - METODOLOGIA**

A metodologia de um projeto refere-se à maneira pelo qual ele será realizado. Consiste, neste caso, na apresentação do tipo de pesquisa e métodos de coleta de dados utilizados na elaboração do trabalho.

Segundo Roesch (1996), definir a metodologia significa realizar uma escolha de como se pretende investigar a realidade e a definição dos procedimentos que serão utilizados para alcançar os objetivos do projeto.

#### **3.1 Tipo de estudo e abordagens**

Para a elaboração do presente trabalho valeu-se de uma pesquisa exploratória descritiva tendo uma análise de abordagem qualitativa e quantitativa, através de um estudo de caso.

Os estudos exploratórios permitem ao investigador aumentar sua experiência em torno de determinado problema. O pesquisador parte de uma pergunta norteadora e aprofunda seu estudo nos limites de uma realidade específica, buscando antecedentes e maior conhecimento, para, em seguida, planejar uma pesquisa descritiva. Por sua vez, o estudo descritivo tem o objetivo de descrever, com exatidão, os fatos e fenômenos de determinada realidade. (TRIVIÑOS, 1987).

### 3.2 Processo de coleta e análise dos dados

Os instrumentos utilizados para o desenvolvimento deste estudo de caso são as pesquisas bibliográfica e documental.

A pesquisa documental assemelha-se muito a pesquisa bibliográfica. A pesquisa bibliográfica utiliza-se fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto, enquanto a pesquisa documental utiliza-se de materiais que não receberam tratamento analítico.

As fontes de pesquisa documental são mais diversificadas e dispersas do que as da pesquisa bibliográfica. Conforme Gil (1991), na pesquisa documental existem os documentos de primeira mão, ou seja, aqueles que não receberam nenhum tratamento analítico tais como os documentos conservados em órgãos públicos e instituições privadas, e os documentos de segunda mão que de alguma forma já foram analisados tais como: relatórios de pesquisa; relatórios de empresas; tabelas estatísticas e outros.

Fazem parte desta análise documental entre outros, relatórios internos e externos das organizações

Para Lüdke e André (1986, p.38), “a análise documental pode se constituir numa técnica valiosa de abordagem de dados qualitativos, seja complementando as informações obtidas por outras técnicas, seja desvelando aspectos novos de um tema ou problema.”

Segundo o mesmo autor, há vantagens e limitações neste tipo de pesquisa.

Vantagens:

- a) Os documentos constituem-se fonte rica e estável de dados;
- b) Baixo custo, pois exige praticamente apenas disponibilidade de tempo do pesquisador;

c) Não exige contato com os sujeitos da pesquisa.

Como limitação, as críticas mais frequentes referem-se à não representatividade e a subjetividade dos dados.

#### **4 ASPECTOS MERCADOLÓGICOS**

Os levantamentos realizados pela EPAGRI (Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina) de revelam que atualmente a posição ocupada por Santa Catarina é a de maior produtor nacional de moluscos bivalves cultivados, cerca de 13.638ton. Desta produção estima-se que 11.365 ton sejam de ostras in natura.

De acordo com Barni (2002), nessa atividade, um segmento ainda não é suficientemente explorado pelo pescador/maricultor catarinense: o mercado de ostras e mexilhões. Trata-se de um grande mercado potencial, que merece atenção e prioridade diante não só das possibilidades de adaptação dos produtos às necessidades e interesses dos consumidores, mas também do contexto de dificuldades que enfrenta o setor pesqueiro para a alocação de seus produtos no Brasil e no exterior.

Segundo o mesmo autor, atualmente, a comercialização de moluscos produzidos em Santa Catarina ocorre no próprio local, logo após a colheita, nas formas in natura ,realizada pelos próprios produtores através das microempresas, cooperativas às quais estão associadas, ou , ainda, em ranchos. Neste último caso, de forma precária. No entanto, o aumento do volume de produção de moluscos exige a comercialização do produto em mercados mais distantes, havendo necessidade de investimentos para instalações de resfriamento, congelamento e armazenamento nos locais de produção, assim como a utilização de veículos adequados para transporte – caminhões frigoríficos ou isotérmicos.

O empreendimento proposto tem como objetivo estabelecer condições ideais de manuseio, armazenamento e transporte para comercializar produtos inspecionados pelo Ministério da Agricultura e atingir os mercados exigentes com um produto de qualidade.



Wiefels (1999), afirma que os consumidores praticamente não vêem diferença, para a maioria das espécies, entre o produto proveniente da pesca extrativista e o produto cultivado ( por exemplo: camarões e salmões). Porém, para algumas poucas espécies principalmente moluscos bivalves (como as ostras), o produto de cultivo é padrão de referência para todos os segmentos da população. Desse modo, a comercialização não se constitui em identificar nichos específicos do mercado, mas sim atender a evolução e as necessidades desse mercado e seus diferentes componentes.

A oferta mundial de pescado para a alimentação humana aumentou de 27,6 milhões de toneladas em 1961 para mais de 93 milhões de toneladas até o final do século 20. O consumo médio aparente aumentou de cerca de 9Kg per capita/ano no começo dos anos 60 para cerca de 16Kg em 2000. Registra-se que a disponibilidade per capita/ano de produtos pesqueiros duplicou em quase 40 anos, apresentando um crescimento maior que o crescimento populacional no mesmo período (FAO, 2000)

Barni (2002) também afirma que o sucesso na comercialização de moluscos bivalves, tanto em nível estadual como nacional, está relacionado a uma série de variáveis associadas a características intrínsecas do produto e aos valores dos consumidores, e passa necessariamente pela identificação das exigências do mercado quanto a qualidade, formas de apresentação do produto, preço, quantificação da oferta e da demanda, diferenciação, bom atendimento, sabor, estímulo ao consumidor de produtos já processados e ofertados no comércio.

Uma pesquisa realizada pela Epagri em 2002, para descobrir variáveis associadas a características intrínsecas do produto e aos valores dos consumidores, estudou o mercado de mexilhões e ostras nas cidades de São Paulo, Curitiba e Porto Alegre. Para essa pesquisa

foi definida uma confiabilidade de 95% e foram entrevistadas 400 pessoas em cada uma das cidades. Os entrevistados foram escolhidos aleatoriamente, porém houve um filtro para definir os entrevistados necessariamente decisores de compra. A obtenção dos dados foi feita através de um questionário estruturado e não disfarçado e os resultados relevantes para esse trabalho serão apresentados a seguir.

A pesquisa constatou que na população estudada os decisores de compra possuem características que os tornam exigentes em relação às opções de produtos que compram em supermercados. Residentes do meio urbano, predominantemente mulheres com nível de escolaridade equivalente ao segundo grau ou superior, com idade acima de 30 anos e renda familiar compreendida entre 3 e 20 salários mínimos.

Apenas 29% da população estudada é consumidora de ostras e mexilhões em São Paulo e Porto Alegre e cerca de 47% em Curitiba. As principais razões para o não consumo desses moluscos, apontadas pelos entrevistados/decisores de compra, em ordem decrescente, foram: não gostam, não conhecem e o preço.

De acordo com a FAO (2000), dos 16,1Kg de peso vivo per capita/ano de pescados em geral disponíveis para o consumo, 75% consistiam em peixes propriamente ditos. Os outros 25% (4Kg peso vivo per capita/ano) eram subdivididos em 1,4Kg de crustáceos, 2,2Kg de moluscos bivalves (ostras e mexilhões) e 0,4kg de cefalópodes.

De acordo com a pesquisa realizada pela Epagri em 2002, o baixo consumo do molusco pode estar associado:

a) à falta de opção de compra dos consumidores devido à pequena ou até ausência de oferta de moluscos nos locais tradicionais de venda de pescados, como supermercados, peixarias, mercados públicos, etc., e de consumo, principalmente dos restaurantes;

- b) a experiências negativas como, por exemplo, o consumo de pratos mal preparados, principalmente por desconhecerem as diversas formas de preparo que conferem ao produto um sabor agradável;
- c) à falta de hábito de consumo, e isto está fortemente associado a valores culturais;
- d) ao fato de que no Brasil o cultivo comercial é relativamente recente, datando de cerca de quinze anos. Até então, a oferta existente era produto do extrativismo, ocorrendo, praticamente, nas regiões litorâneas e nos meses de verão;
- e) ao preço do produto no mercado, que é equivalente ao de carnes nobres, ficando o consumo restrito à classe com maior poder aquisitivo;
- f) à ausência de divulgação e promoção do produto.

Quanto a intensidade/frequência de consumo, a maioria dos consumidores/decisores de compra disseram consumir ostras e mexilhões poucas vezes no ano – mais de 39% em São Paulo, 44% em Curitiba e, aproximadamente, 28% em Porto Alegre, sendo que, cerca de 30% destes confirmaram o consumo dos produtos somente nos meses de verão. Em menor proporção, cerca de 12% dos consumidores das três capitais estudadas consomem o produto várias vezes ao ano, e apenas uma pequena parcela da população estudada tem o hábito de consumo semanal – aproximadamente 5% em São Paulo e Curitiba e 1% em Porto Alegre.

Pode-se concluir que, os consumidores de mexilhões e ostras constituem minoria na população estudada pela pesquisa. O consumo ocorre em casa e nos restaurantes, poucas vezes ao ano, principalmente nos meses de verão. Fica evidente o pouco conhecimento do consumidor e também dos restaurantes por outras opções mais sofisticadas de preparo do alimento, ficando o consumo limitado às formas já tradicionais. Os restaurantes são

importantes aliados para a formação do gosto e difusão dos hábitos de consumo. Também é evidente a necessidade de divulgação e promoção do produto.

O sabor é um atributo que influencia fortemente a decisão de compra do molusco em Curitiba e Porto Alegre. Atributos como textura ou consistência da carne, odor/aroma e coloração, que são utilizados pelos consumidores/decisores de compra para avaliar a qualidade dos pescados de maneira geral, principalmente quando adquiridos resfriados, são percebidos, estatisticamente, de maneira igualitária pelos consumidores.

A qualidade (avaliada sob o aspecto visual) foi outro fator apontado pelos consumidores/decisores de compra como um atributo que influencia fortemente a decisão de compra de ostras e mexilhões com cerca de 30% da frequência manifestada pelos entrevistados. Fatores como disponibilidade nos locais habituais de compra, SIF, exigências no preparo do produto e origem do produto foram percebidos com frequência estatisticamente igual.

Constatou-se ainda, que a compra do produto em bandejas com poucas unidades foi apontada por uma frequência considerável de consumidores (36,25% em São Paulo, 19,80% em Curitiba e 22,08% em Porto Alegre), indicando que preferem comprar um produto selecionado e em pequenas quantidades.

De acordo com Barni (2002), o pescado fresco (de maneira geral) tem no mercado consumidor uma acolhida mais favorável que o congelado ou de qualquer outra forma de conservação. No entanto, devido a sua natureza perecível, a limitada capacidade de armazenagem e as dificuldades envolvidas no transporte desse tipo de produto a longas distâncias fazem com que o produto congelado seja preferido pelos atacadistas/distribuidores e varejistas. No entanto, os resultados da pesquisa deixam clara a

preferência dos consumidores/decisores por ostras resfriados – mais de 80% dos consumidores/decisores de compra de São Paulo e Curitiba e cerca de 68% dos consumidores de Porto Alegre externam essa preferência.

Respeitando-se essas preferências do consumidor, o produto final desse empreendimento, aqui proposto, será ostras in natura resfriadas. Entretanto para que isso seja possível é necessário utilizar-se de alternativas que proporcionem condições de ampliar o período de conservação do produto resfriado (ou tempo de prateleira), como por exemplo: melhorias na embalagem e utilização de meios de transporte rápidos, econômicos e confiáveis para uma cobertura geográfica ampla, uma vez que a região de produção é distante dos centros consumidores que se pretende atingir.

Os supermercados foram apontados pela maioria dos entrevistados - mais de 50% em São Paulo e Porto Alegre e 35% em Curitiba – como principal local de compra de ostras e mexilhões. As mercearias de bairro também foram apontadas como importantes locais de compra em São Paulo (21%) e Curitiba (27%), porque, para competir com os supermercados, essas peixarias se transformam em estabelecimentos especializados e tentam vender uma imagem de qualidade e melhor preço.

“Nos últimos anos, as grandes redes de supermercados se equiparam para a venda de pescado para o cliente, e apresentam bons padrões de qualidade e preço. No entanto, a maioria dos supermercados deixa a desejar e percebe-se a necessidade de melhorar a apresentação do produto ao consumidor final, tanto para o produto resfriado como para o produto congelado”. (BARNI, 2002, p. 32):

Os autores concluem essa pesquisa realizada pela Epagri (2002) dizendo que:

“O consumo de ostras e mexilhões é incipiente, mas que, por outro lado, há sinais de crescimento na demanda por este tipo de produto, cada vez mais presente nos cardápios dos restaurantes, sejam eles especializados ou não. Observa-se também um grande

percentual de pessoas, que simplesmente, não conhecem ostras e mexilhões ou não consomem o produto porque não gostam. Campanhas publicitárias visando promover o produto e estimular o consumo seriam desejáveis”.

Outra pesquisa realizada pelo CIN (Centro Internacional de Negócios), do sistema FIESP (Federação das Indústrias do Estado de São Paulo) desenvolveu uma relação de países e empresas interessadas em ostras brasileiras. Como pode ser visto na tabela 1:

Tabela 1 – Países interessados na ostra brasileira

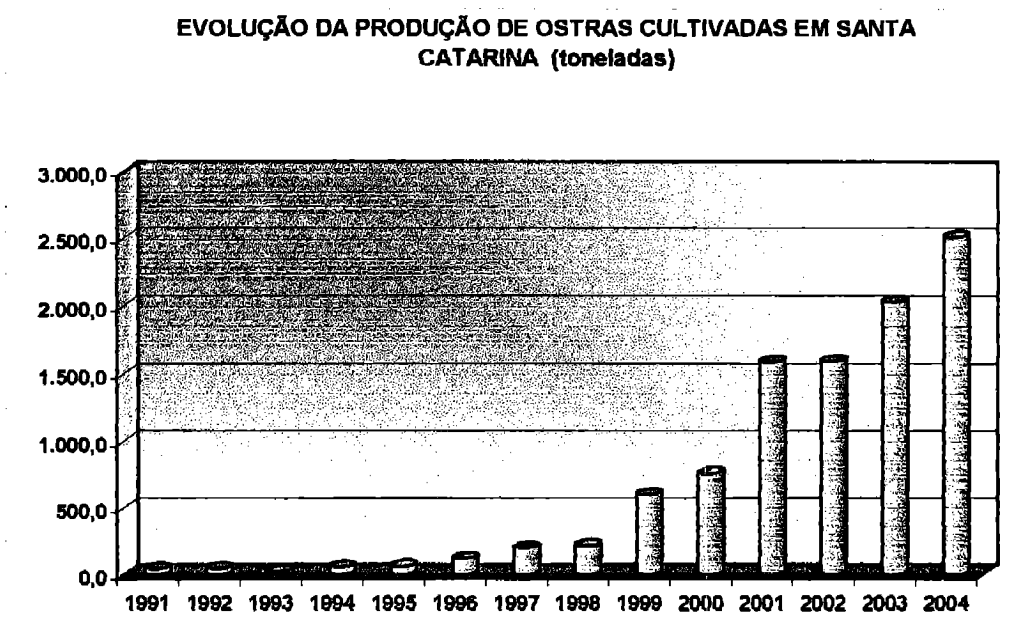
Nome do País	Número de Empresas
Bélgica	45
França	4
Estônia	1
Alemanha	4
Itália	4
Portugal	4
Espanha	5
Inglaterra	7
Jordão	1
Arábia Saudita	1
Canadá	2
Estados Unidos	2
Equador	1
Austrália	1
Hong Kong	9
Índia	1
Indonésia	1
Japão	34
Mascáu	1
Malásia	1
Cingapura	3
Coreia do Sul	7
Taiwan	7
Egito	1
<b>TOTAL</b>	<b>147</b>

FONTE: CIN – Centro Internacional de Negócios / 2002

Entretanto a exportação da ostra catarinense ainda não é possível porque a legislação internacional faz uma série de exigências documentais sobre a qualidade da água, da carne e do cultivo, que as ostras catarinenses não possuem controle. Por isso este empreendimento almeja o controle da origem e do processo das ostras, com um selo de qualidade que possibilite, no futuro, expandir o mercado consumidor para além do mercado nacional.

Os fornecedores de matéria prima (ostras), serão os maricultores da cidade de Florianópolis, que de acordo com os dados do EPAGRI é responsável por 80% da produção de ostras do país. Uma lista com 184 (cento e oitenta e quatro) maricultores cadastrados pela EPAGRI, que serão os fornecedores da empresa, encontra-se no anexo 1 e a figura 1 mostra a evolução da produção de ostras no Estado de Santa Catarina.

Figura 1 – evolução da produção de ostras em Santa Catarina



Fonte: EPAGRI

Quanto aos concorrentes, Rosa (2002) destaca que, no estado existem poucas empresas tradicionais já estabelecidas, com experiência no negócio de pescados, diversificadas, com domínio tecnológico no processamento dos produtos, com grande escala de produção e, conseqüentemente, com custos menores. Essas empresas trabalham com capacidade ociosa em determinadas épocas do ano e, embora isso eleve seus custos fixos médios, estes ainda são menores que os das empresas concorrentes. Além disso, essas empresas possuem marcas já conhecidas, porém, não suficientemente trabalhadas sob o ponto de vista do marketing.

O mesmo autor diz:

... “que é conhecida a dificuldade, mesmo das empresas tradicionais, na luta pelo espaço nas prateleiras (gôndolas) dos supermercados, especialmente nos pequenos, onde muitas vezes sequer os produtos da maricultura estão expostos à venda ou encontram-se escondidos entre outros pescados de maior demanda. Por outro lado, isso não ocorre nas principais peixarias do bairro, onde estes produtos encontram-se expostos adequadamente”. (BARNI, 2005, p 26)

No estado de Santa Catarina não existe nenhuma empresa apta a certificar a origem e o processo da produção de ostras. Entretanto na região da Grande Florianópolis, há cinco empresas que tem seus processos certificados pelo SIF, que são: Fazenda Marinha Atlântico Sul, Ostravagante, Ostra Viva, Moluskos e Cavalo Marinho.

Todas essas empresas têm produção própria de ostras e compram dos maricultores da região apenas quando há demanda excessiva do molusco. Portanto, essas empresas não afetam, ou afetam muito pouco, o mercado fornecedor de matéria prima para essa indústria de beneficiamento. A idéia do empreendimento é justamente tornar-se parceiro dos maricultores da cidade, que produzem ostras com qualidade, beneficiar essas ostras, já que

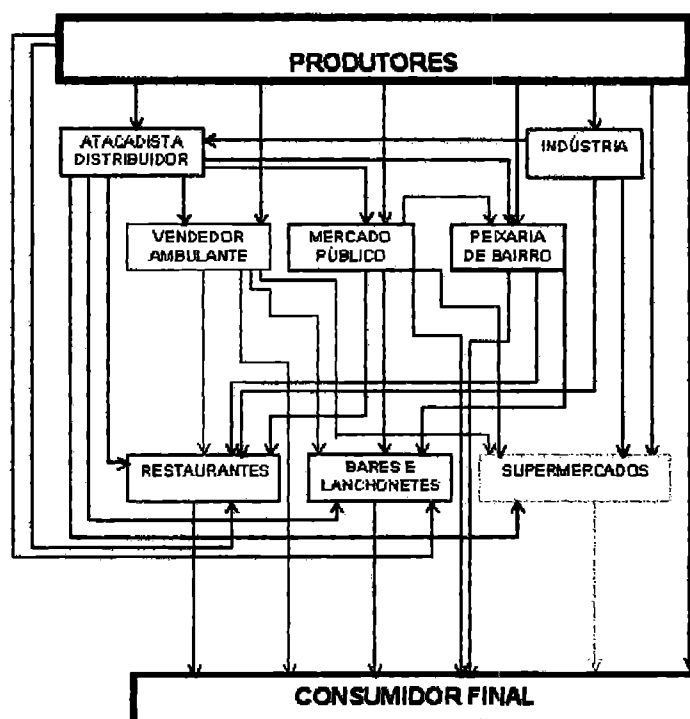


o maricultor não tem condições de beneficiá-las e com isso expandir o mercado de comercialização do produto.

... “a diferenciação dos produtos, através de uma marca ou com a utilização de tecnologias que permitissem aumentar o tempo de prateleira para o produto resfriado, ou ainda o desenvolvimento de novos produtos industrializados, semiprontos para o consumo (agregação de valor ao produto), também se constituem em alternativas capazes de aumentar a competitividade”. (BARNI 2002, p 24)

O mesmo autor ainda destaca que há possibilidade de comercialização do produto para praticamente todos os agentes da cadeia produtiva como clientes potenciais, o que expande o mercado para a comercialização do molusco. O fluxo de comercialização para todos os agentes da cadeia produtiva pode ser mais bem compreendido, analisando-se a figura 2

Figura 2 – Fluxo de comercialização da ostra



Outro fator que deve ser levado em consideração é a facilidade com a qual o comprador (clientes atacadistas, distribuidores, varejistas) e/ou o consumidor final podem substituir um tipo de produto ou serviço por outro. Porter (1990) observa que os produtos substituídos tornam-se particularmente uma ameaça não apenas quando oferecem uma fonte alternativa para o cliente, mas também quando proporciona uma melhoria significativa na relação preço/desempenho (ou custo/benefício)

Portanto, de acordo com Rosa (2002) há necessidade do desenvolvimento do mercado de ostras. Utilizando-se de técnicas de marketing que visam estimular o consumo, como por exemplo, campanhas publicitárias visando tornar o alimento conhecido, com ênfase no valor nutricional – equivalente ou até mesmo superior ao de outras carnes, e divulgar as diversas formas de preparo, tornando os pratos atraentes e de sabor agradável.

Por isso, as ações estratégicas de marketing serão voltadas para a questão nutricional da ostra que tem apenas 80Kcal e 12 gramas de proteína a cada 100gramas do produto. Com isso almeja-se que o público consumidor deixe de enxergar o molusco como um alimento do mar preparado em ocasiões especiais, como mostrou a pesquisa da EPAGRI (2002), e utilize-o como alimentação para o dia-a-dia já que sua composição nutricional é excelente.

## **5 ASPECTOS TÉCNICOS**

A habilidade profissional na manipulação dos produtos pesqueiros é primordial para se obter uma boa qualidade e produtividade que garantam bons resultados econômicos. A qualificação da mão-de-obra na manipulação dos pescados para a comercialização é extremamente importante. São os que manipulam por último o produto que transmitem ao consumidor a imagem de qualidade. O consumidor final repetirá ou não sua compra de acordo com sua percepção da qualidade.

A diferenciação na comercialização de ostras pode ocorrer por um tipo de industrialização, por uma marca, por uma embalagem, por um certificado de origem, entre outros. Uma embalagem adequada com indicações de preparo do produto, um certificado de origem e a garantia de qualidade proporcionada pelo SIF, expostos nas embalagens e em lugares visíveis nas lojas de supermercados e peixarias, podem contribuir para ampliar o volume comercializado.

Os aspectos técnicos descreverão como será feito o processo de industrialização, criação de uma marca com certificado de origem e processo, em busca de um diferencial competitivo e da conquista de novos mercados ainda não explorados.

### **5.1 Quanto a certificação do processo (SIF)**

Para que as ostras possam ser vendidas para os outros estados da federação brasileira é necessário que o processo de lavagem, escolha, beneficiamento, armazenamento e transporte estejam de acordo com as normas pré-estabelecidas pelo SIF

do Ministério de Agricultura. O selo de certificação do processo é obtido somente depois que a unidade beneficiadora cumprir todas as exigências feitas pelo referido ministério, referentes à edificação e processo de produção da empresa.

Não existe um sistema uniforme para classificação de ostras, nem para a separação dos gêneros e espécies, utilizam-se características como forma e estrutura de concha, anatomia, desova, habitat, entre outros. Por apresentar boa adaptação ao clima de nossa região e ter grande aceitação comercial, a ostra a ser cultivada é do gênero *Crassostrea Gigas* popularmente conhecida como ostra japonesa, ou ainda como ostra-do-pacífico

Os equipamentos e recipientes selecionados para compra são de fácil limpeza e próprios para conservação da produção. A sede do empreendimento compreenderá uma edificação, localizada no Ribeirão da Ilha, destinado a seleção e armazenagem das ostras extraídas das unidades de cultivo.

Para construção do empreendimento, é necessário um terreno retangular com área aproximada de 1200 m<sup>2</sup>, nas dimensões de 30 m por 40 m, plano, que tenha boa insolação, energia elétrica, água de boa qualidade (nascente, poço, ou água tratada) e fácil acesso.

O Ministério da Agricultura recomenda para a escolha do terreno facilidade na obtenção da matéria-prima, localização em ponto que se oponha aos ventos dominantes que sopram para a cidade, terreno seco, sem acidentes, de fácil escoamento das águas pluviais, não passíveis de inundações, afastadas de fontes poluidoras de qualquer natureza, facilidade de acesso, facilidade de fornecimento de energia elétrica e meios de comunicação, facilidade no abastecimento de água potável e facilidade no tratamento e escoamento das águas residuais preferencialmente próximo à corrente de água à montante da cidade, caso dela esteja próximo.

A unidade de beneficiamento deverá ser obrigatoriamente equipada com mesas de aço inox , balança de plataforma, balança digital, seladora, dosador de cloro, motobomba de preferência com água quente, lavador de botas, pias com acionamento automático p/ lavar as mãos e fábrica de gelo

As ostras chegarão na estação de beneficiamento pela recepção, serão lavadas, enviadas para o processo classificação/seleção, pesagem, embalagem, estocagem e expedição. O fluxograma pode ser melhor compreendido através da análise da planta baixa que está no anexo 2.

É indispensável também, segundo as normas estipuladas pelo SIF, uma sala para o fiscal da inspeção federal com banheiro e chuveiro, escritório, vestiários masculino e feminino, banheiros masculino e feminino , sala da administração e copa

A aprovação do projeto pelo Ministério da Agricultura leva aproximadamente de 2 meses . Assim que o projeto for aprovado as obras poderão ser iniciadas, sempre de acordo com os projetos. Lembrando que o número do registro (SIF) somente será liberado quando as obras estiverem totalmente concluídas e os equipamentos devidamente instalados.

A indústria comunicará ao Ministério da Agricultura, assim que as obras estiverem concluídas e encaminhará 4 vias do processo e dos projetos para reserva do SIF e homologação da indústria.

O Ministério da Agricultura fará nova vistoria e constatando que as obras correspondem aos projetos aprovados, encaminhará o processo para aprovação final, o que levará um tempo aproximado de 2 meses

Quando o número do SIF estiver liberado, a indústria poderá dar entrada ao processo de aprovação dos rótulos, juntando o requerimento e um lay-out do rótulo, que no

caso dessa beneficiadora corresponde a comercialização de ostras in natura e resfriadas. Mesmo a pesquisa indicando que a preferência do consumidor é pelo produto desconchado (somente a carne sem a concha) ainda não há como certificar o processo de desconche pelo SIF, portanto a comercialização do produto desconchado fica inviável.

Após a aprovação dos rótulos é que a empresa estará autorizada a produzir. Somente poderão ser beneficiadas ostras para as quais a indústria foi projetada e que tiveram seus rótulos aprovados.

## **5.2 Quanto ao monitoramento da qualidade da carne de ostra e da água do cultivo**

A FAO reconhece que fazendeiros, pescadores e povos das florestas, como os últimos usuários de vários recursos marinhos e terrestres, precisam ser envolvidos diretamente, ou através de organizações, em esforços que assegurem sustentabilidade ao uso de recursos, incluindo práticas de pesca e de aquicultura. O artigo 9º (e 6º) do "Código de Conduta Para a Pesca Responsável" da FAO (1995) endossa fortemente este princípio. Todas as iniciativas tomadas sob os dispositivos deste Código raramente surtirão efeito, se não levarem em conta as populações envolvidas pela atividade, as quais serão, também, os juizes dos procedimentos escolhidos. (VAN HOUTTE, 1996, p 58)

Por isso que inicialmente serão escolhidos 30 maricultores, que se tornarão parceiros deste projeto, e posteriormente através de visitas pretende-se esclarecer, a eles, sobre a importância dos aspectos sanitários na produção de moluscos, principalmente aqueles ligados ao manejo desde a colocação das sementes de ostras nas unidades de cultivo, até a comercialização.

Estes maricultores através de suas respectivas associações receberão cópias de todas as análises realizadas durante o período de operação da unidade de beneficiamento.

Quanto ao monitoramento da qualidade da água e dos moluscos será realizado inicialmente um estudo para definir os pontos de coleta. Este estudo levará em consideração vários critérios técnicos e ambientais, como, por exemplo: contribuição de água doce (riachos e córregos), concentração de áreas de cultivo, concentração populacionais, correntes marítimas e limite da capacidade laboratorial,

No total serão escolhidos 5 (cinco) pontos de coleta na Baía Sul e 4 (quatro) pontos na Baía Norte.

As áreas de cultivo serão divididas em 9 (nove) zonas representativas ambientalmente.

As coletas serão realizadas todas as terças-feiras

As amostras coletadas de moluscos (200 g de carne) para realização de pesquisas microbiológicas em laboratório, obedecerão aos seguintes procedimentos de coleta:

- a) Serão retiradas as amostras de moluscos de uma única lanterna.
- b) Serão coletados, em média, de 10 a 12 exemplares grandes de moluscos, totalizando, aproximadamente, 200 gramas por amostra. Em seguida as amostras serão acondicionadas em sacos plásticos de primeiro uso, limpos, impermeáveis e resistentes.
- c) As amostras embaladas serão identificadas com etiquetas.
- d) As amostras embaladas e devidamente identificadas serão conservadas em caixas de isopor com gelo em temperatura entre 4° C e 10° C, ao abrigo do Sol. Essa temperatura de conservação deverá ser mantida durante todo o tempo de transporte até a chegada no laboratório. Durante a estocagem os moluscos não deverão ter contato direto com o gelo

e) As amostras de moluscos serão examinadas dentro do prazo de 6 horas após a coleta. Portanto, devem ser entregues no LACEN – Laboratório Central (Florianópolis) em tempo hábil para a execução das análises requeridas.

As amostras não devem entrar em contato com o fundo do barco, óleo, combustível ou outros contaminantes. Devem sair diretamente das lanternas para os sacos plásticos; os moluscos devem ser coletados diretamente da água do mar e não de lanternas que são manejadas durante a rotina de trabalho do maricultor; os coletores devem estar obrigatoriamente com as mãos limpas.

As amostras coletadas de água (100 ml) para realização de pesquisas microbiológicas em laboratório, devem obedecer aos seguintes procedimentos:

- a) Os frascos de vidro serão abertos somente no momento da coleta.
- b) Ao abrir as tampas, os barbantes serão desamarrados, mantendo o papel de proteção que envolve as mesmas.
- c) Os gargalos dos recipientes não devem ser tocados com as mão.
- d) Os frascos serão mergulhados rapidamente com a boca virada para cima até a altura do cotovelo, para que a água coletada esteja a 30 cm da superfície.
- e) As tampas deverão ser fechadas mantendo os papéis protetores e amarradas novamente com os barbantes.
- f) O transporte dos frascos com amostras de água deverá ser feito dentro de caixas de isopor.

Com essas amostras será possível realizar análise e monitoramento do cultivo para se descobrir o número de bactérias, coliformes, temperatura do ar, temperatura da água e ventos. Para que o cultivo obtenha a certificação de origem é necessário que tanto a água quanto a carne da ostra possua índices inferiores a:

- a) Coliformes fecais: 14/100 ml.
- b) Zinco: 0,17 mg/l



c) Mercúrio: 0,0001 mg/l

d) Ferro: 0,3 ml/l

e) Alumínio: 1,5 mg/l

f) Cádmio: 0,005 mg/l

g) Níquel: 0,1 mg/l

h) Manganês: 0,1 mg/l

### **5.3 Quanto ao processo de obtenção do selo de qualidade**

Sabe-se que o prazo estimado para a implantação de uma certificação de qualidade deste tipo é muito longo, cerca de cinco anos. Para que este processo se torne viável, é necessária a conscientização das partes envolvidas.

As etapas para a aprovação de um selo de qualidade para a origem das ostras, segundo um estudo feito pela EJEP (Empresa Junior de Engenharia e Produção da UFSC), são as seguintes:

Em primeiro lugar o alimento ou produto deve se distinguir claramente de outros alimentos similares pertencentes à mesma categoria (elementos ou características químico-físicas do ambiente onde as ostras são cultivadas). Deve ter algo diferente do restante das ostras conhecidas ou alguma característica da ostra ou do processo que seja marcante do local onde se cultiva.

Depois de adquirida essa característica marcante deve-se entrar com o pedido de obtenção de um dos selos existentes. É sugerido que seja feito o pedido primeiramente do Certificado de Conformidade - CCO. O motivo pelo qual este selo deve ser implantado

antes dos outros é que ele permite uma cultura da utilização e aplicação de normas e legislação específica. Com este selo implantado, o próximo passo, que é a obtenção de um selo de Identificação Geográfica Protegida – IGP e futuramente do selo de Denominação de Origem Controlada – DOC, é facilitado. O certificado de conformidade pode ser aplicado a um padrão que atualmente é um diferencial ou uma referência em termos de “como se fazer”. Como exemplos desse padrão podem ser citados: o procedimento de manter um nível máximo de coliformes fecais encontrados em cada ostra, o procedimento de retirada do mar e conservação das ostras de forma que o suco se mantenha na concha até o consumidor final.

Para obter o respectivo certificado e poder utilizar um selo de identificação de Denominação de Origem Controlada DOC, Indicação Geográfica Protegida IGP ou Certificado de Conformidade CCO, o alimento deve atender aos seguintes requisitos:

- a) apresentar as especificações do produto agrícola ou alimento, incluindo a descrição do processo de produção, natureza e características da matéria prima;
- b) especificar as principais características físicas, químicas, microbiológicas e organolépticas;
- c) apresentar a descrição do processo de fabricação ou do método de obtenção do produto, incluindo a natureza e as características da matéria prima;
- d) estar em conformidade com o Código de Defesa do Consumidor e com as demais exigências fixadas pela legislação estadual e federal;
- e) conter os elementos específicos da rotulagem relacionados com a menção DOC, IGP ou CCO, conforme o caso;

f) possuir caderno de especificações e obrigações, compreendendo, no mínimo nome do alimento, incluindo o nome geográfico do lugar de origem para obtenção de um selo de Denominação de Origem Controlada - DOC ou de Indicação Geográfica Protegida - IGP;

Para a obtenção do selo DOC , IGP e delimitação da área geográfica de origem, faz-se necessário identificar elementos indicativos que provem ser o alimento originário de determinada área geográfica, nos termos dos Artigo. 3º e 4º, da Lei nº 12.117 (anexo 3), de 2002, e cujo nome geográfico tornou-se conhecido como centro de extração, produção ou fabricação do referido alimento;

Outra exigência é um protocolo de acordo, firmado entre os associados que integram a pessoa jurídica de representatividade coletiva, regulamentando as condições de uso do nome geográfico. Buscando os elementos que justifiquem a relação do produto com o meio geográfico ou a origem geográfica e com os fatores humanos, nos termos dos Artigo. 3º e 4º, da Lei nº 12.117, de 2002;

#### **5.4 Quanto ao registro do nome do selo**

Para a denominação do nome do selo de qualidade deve ser definida uma equipe de criação que estabelecerá um nome forte que pondere durante a escolha praça, produto e promoção.

De acordo com o Decreto 4323/ Lei Selo SC, o nome não pode ser registrado como Denominação de Origem Controlada ou como Indicação Geográfica Protegida quando conflitar com o nome de uma variedade vegetal ou de uma raça ou linhagem animal, podendo, assim, induzir o consumidor a engano quanto à verdadeira origem do produto ou

quando a denominação se tornou genérica ou passou a ser nome comum de um produto ou gênero alimentício. Por isso o nome para registro do alimento não será de uso genérico ou uso comum.

Uma vez protocolado, o pedido de registro será submetido a exame formal, durante o qual poderão ser formuladas exigências para sua regularização, que deverão ser cumpridas no prazo de sessenta dias.

Depois de encaminhado o pedido de registro, o Serviço de Selos e Certificações de Qualidade deverá propor, caso aprovado, o reconhecimento da Denominação de Origem Controlada DOC, Indicação Geográfica Protegida IGP ou Certificado de Conformidade CCO, delimitando as áreas geográficas de produção e determinando as condições e normas de produção e de reconhecimento do respectivo produto ou alimento controlado.

O Serviço de Selos e Certificações de Qualidade emitirá seu parecer com base nas disposições legais relativas à etiquetagem e apresentação de cada produto, podendo ser consultado sobre outras questões relativas ao reconhecimento da qualidade, origem e rastreabilidade.

Os Selos de Certificação de Qualidade e origem serão autorizados pelo Conselho Diretivo de Certificações de Qualidade, fornecidos através de organismos certificadores devidamente credenciados junto ao Serviço de Selos e Certificações de Qualidade, e somente poderão ser utilizados após publicação do respectivo decreto no Diário Oficial.

O Conselho Diretivo de Certificações de Qualidade pode alterar um Caderno de Normas e Especificações, caso a evolução dos conhecimentos científicos e técnicos assim o recomendar ou para proceder a uma nova delimitação geográfica da zona de produção ou obtenção do produto agrícola ou alimento.

Cabe ao Conselho Diretivo de Certificações de Qualidade salvaguardar a imparcialidade, permitindo a participação de todas as partes interessadas, com vistas ao estrito cumprimento dos objetivos do Serviço de Selos e Certificações de Qualidade.

## **6 ASPECTOS AMBIENTAIS**

De acordo com Gonçalves (2002), este crescimento da atividade aquícola, com certeza, evidencia a necessidade de reflexão sobre os impactos ambientais gerados e sofridos pelas atuais práticas de aquicultura existentes no planeta bem como sobre o conjunto da legislação que disciplina estas atividades no Brasil.

Neste contexto, de acordo com a FUNDAP (Fundação do Desenvolvimento Administrativo) (1989), o crescimento do número de empreendimentos de aquicultura no Brasil, de maneira desordenada e nos mais variados corpos d'água, bem como nas zonas marítimas costeiras, muitas vezes sujeitas a alta concentração de poluentes, acarreta um descontrole ocasionado pela falta de políticas e instrumentos de gestão ambiental e de produção sustentada, potencializado pelo excesso de normas legais sobrepostas em relação ao uso de recursos naturais e, também, aos espaços e ambientes essenciais ao desenvolvimento da aquicultura.

Reconhecendo-se a aquicultura como potencial causadora de impactos ambientais, pelo consumo de recursos naturais, poluições ou interferências em níveis de biodiversidade, atenção especial deve ser dada à gestão ambiental dessa atividade, e principalmente pelo seu desenvolvimento, atualmente acelerado, estar diretamente ligado a um recurso de múltiplos usos e essencial à qualidade de vida, que é a água.

Entretanto, Pillay (1992) pondera que a aquicultura não é considerada, por enquanto e comparativamente, uma atividade de grande potencial ambientalmente impactante, e, por sua obrigatória inter-relação como receptora potencial de resíduos de outras atividades humanas por vias hídricas (principalmente), a aquicultura torna-se merecedora de especial

atenção por, dentre outras possibilidades de gestão ambiental integrada, poder transformar-se em um sistema de verificação e controle de impactos ambientais oriundos de outras atividades que, por um lado, é imprescindível à produção e à sanidade aquícola e, por outro lado, vincula as atividades aquícolas a um melhor gerenciamento ambiental de produção de seus resíduos e consumo de recursos hídricos, possibilitando uma melhor percepção e discussão de padrões técnico-científicos que auxiliem a produção de medidas legais eficazes na gestão da aquícultura e dos recursos hídricos.

A aquícultura é diretamente afetada por leis de solo, de água, de meio ambiente, de conservação de recursos naturais, de caça e pesca, de sanidade animal. De maneira genérica, a aquícultura é afetada por leis de saúde pública, leis sanitárias, leis de exportação e importação, leis tributárias, dentre outras.

Branco (1970) pondera que: No Brasil, uma das grandes dificuldades que os poderes públicos encontraram para impedir a poluição dos rios pelas indústrias está na deficiência dos dispositivos legais criados especificamente com essa finalidade. Diante desse quadro, a certificação da origem das ostras, proposta nesse trabalho é relevante como um fator de redução de riscos do empreendimento e diferencial competitivo. O controle da qualidade dos moluscos asseguram o crescimento sócio-econômico-ambiental da atividade de cultivo, garantindo um produto, com características sanitárias, adequado às legislações nacionais e internacionais.

## **7 ASPECTOS JURÍDICOS –LEGAIS**

A empresa será legalizada como uma sociedade comercial, que é um tipo de pessoa jurídica de direito privado, regulado pelo Decreto Federal nº 3.708/19, que tem por objetivo a exploração de atividades comerciais e será classificada como uma micro empresa, conforme a classificação do Sebrae.

Essa sociedade comercial será constituída por cotas, distribuídas entre os sócios, conforme o capital que cada um aportar. São sociedades de capital. Conseqüentemente cada sócio terá direito à voto de acordo com a quantidade de cotas que possui na empresa. O lucro, por sua vez, é distribuído de acordo com a participação de cada um no capital.

As alíquotas dos principais tributos incidentes numa microempresa são as seguintes:

IRPJ - Imposto de Renda da Pessoa Jurídica: incide sobre o aumento do patrimônio em geral (art. 33 da Lei n. 7.799/89): 1,2%;

PIS/PASEP - instituído pela Lei Complementar nº 07/70, é referente aos Programas de Integração Social e Formação do Patrimônio do Servidor Público: 0,65%;

CSLL - Contribuição Social sobre o Lucro Líquido: instituído pela Lei nº 7.689/88, incide sobre o lucro líquido da empresa no período-base, antes da provisão do Imposto de Renda: 0,96%;

COFINS - Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social: instituído pelo art. 1º da Lei Complementar nº 70/91, incide sobre o faturamento e o lucro das empresas: 2,89%;

IPI - Imposto sobre Produtos Industrializados: regulado pelos art. 46 a 51 do Código Tributário Nacional - CTN, incide sobre todo produto que é modificado ou aperfeiçoado



para consumo, seja através de beneficiamento, transformação, montagem, acondicionamento ou renovação: varia conforme o produto;

CSS: as contribuições para a seguridade social devida pelo empregado que são retidas na fonte e que devem ser repassadas ao INSS pelo empregador.

As principais etapas referentes ao registro de uma microempresa são: consulta de viabilidade, que deve ser feita junto a Prefeitura Municipal em que for instalada a sede do estabelecimento e registro junto a Secretaria de Finanças do Município, para obtenção de alvará de funcionamento e inscrição no cadastro fiscal:

Os documentos necessários para o cumprimento de cada etapa, encontram-se descritos no anexo 4.

De acordo como site do ministério da agricultura (<http://www.agricultura.gov.br>), a formalização jurídica do grupo de aqüicultores, especificamente, deve-se à comercialização dos produtos no mercado formal. Para isso os proprietários da agroindústria devem cumprir várias etapas para legalizar sua organização (e respectivo empreendimento) e poder desenvolver o ato comercial. O registro junto aos órgãos responsáveis pela inspeção sanitária, deve-se em função da garantia da qualidade dos alimentos produzidos. Como se trata de alimentos, que serão consumidos pela população, é necessário fazer um controle sobre sua qualidade antes de autorizar o seu consumo.

Como as áreas de comercialização das ostras vão ter uma abrangência interestadual, deve ser solicitado o SIF

### **7.1 Para a solicitação do SIF**

A solicitação do SIF deve ser feita através de um ofício dirigido à Delegacia do Ministério da Agricultura de Santa Catarina. Após este procedimento, o órgão responsável pela inspeção fará o laudo prévio do terreno, em caso de construção nova ou o laudo das instalações existentes, em caso de adaptação e/ou reforma. Também apreciará o projeto técnico da agroindústria aprovando-o ou orientando para as necessárias correções, se for o caso. A partir da aprovação do projeto pelo serviço de inspeção federal, será ainda necessário providenciar uma série de outros documentos e procedimentos de acordo com as normas de cada órgão envolvido e, em cada caso, para a obtenção do registro definitivo e do selo da inspeção. Alguns dos principais procedimentos e exigências para registrar uma empresa de pequeno porte no SIF são:

**a) Registro do estabelecimento:**

- primeiramente deve haver o requerimento do interessado, dirigida ao chefe do Serviço de Inspeção Federal da Delegacia do Ministério da Agricultura do seu respectivo estado, solicitando a vistoria do terreno;
- planta geral do terreno;
- requerimento do interessado, dirigido ao Serviço de Inspeção Federal da Delegacia do Ministério da Agricultura do seu respectivo estado, solicitando aprovação do projeto;
- memorial descritivo da construção (em 4 vias), assinado por engenheiro, com número de registro no CREA (formulário a ser preenchido e fornecido no local);
- memorial econômico e sanitário do estabelecimento (em 4 vias), assinado pelo requerente responsável (formulário a ser preenchido e fornecido no local);

- plantas: baixa (escala de 1:100), cortes, fachadas (escala de 1:50) e situação (escala 1:50);
- licença ambiental fornecido pelo órgão Estadual de Meio Ambiente;
- alvará de saúde pública Vigilância Sanitária Municipal ou Estadual;
- Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica no Ministério da Fazenda;
- Contrato ou Estatuto Social registrado na Junta Comercial.

Observação: Os documentos copiados deverão ser autenticados.

b) registro dos alimentos e rótulos. Outro tipo de registro necessário refere-se às fórmulas dos alimentos e os rótulos. Para esta etapa de registro, deve-se buscar as orientações junto ao Serviço de Inspeção Federal da Delegacia do Ministério da Agricultura do seu respectivo Estado, seguindo orientações específicas para cada tipo de produto. Para aprovação prévia são exigidos tais documentos:

- Memorial Descritivo da fabricação ou manipulação do produto (em duas vias)
  - Croquis do rótulo, em duas vias, em tamanho natural, indicando as cores a serem usadas;
- Após a aprovação prévia do rótulo, a firma receberá uma via do seu croqui e as recomendações para proceder a sua impressão, podendo, imediatamente, iniciar a sua utilização. Concomitantemente, atendendo as recomendações, a indústria fará um novo requerimento no qual solicitará o registro da rotulagem, anexando quatro (04) vias do rótulo definitivo de fabricação. A aprovação prévia de rótulos é facultativa. O ART 837 do RIISPOA, no entanto, recomenda o encaminhamento da documentação para verificação prévia. Neste caso, a interessada terá prazo de 180 dias a contar da data da aprovação prévia para o registro definitivo dos rótulos, caso contrário, serão automaticamente cancelados.

Como a empresa será certificada pelo SIF, não serão necessárias as certificações do SIE (Serviço de Inspeção Estadual) e do SIM (Serviço de Inspeção Municipal)

O anexo 5 ilustrativa o fluxograma para o registro de inspeção sanitária.

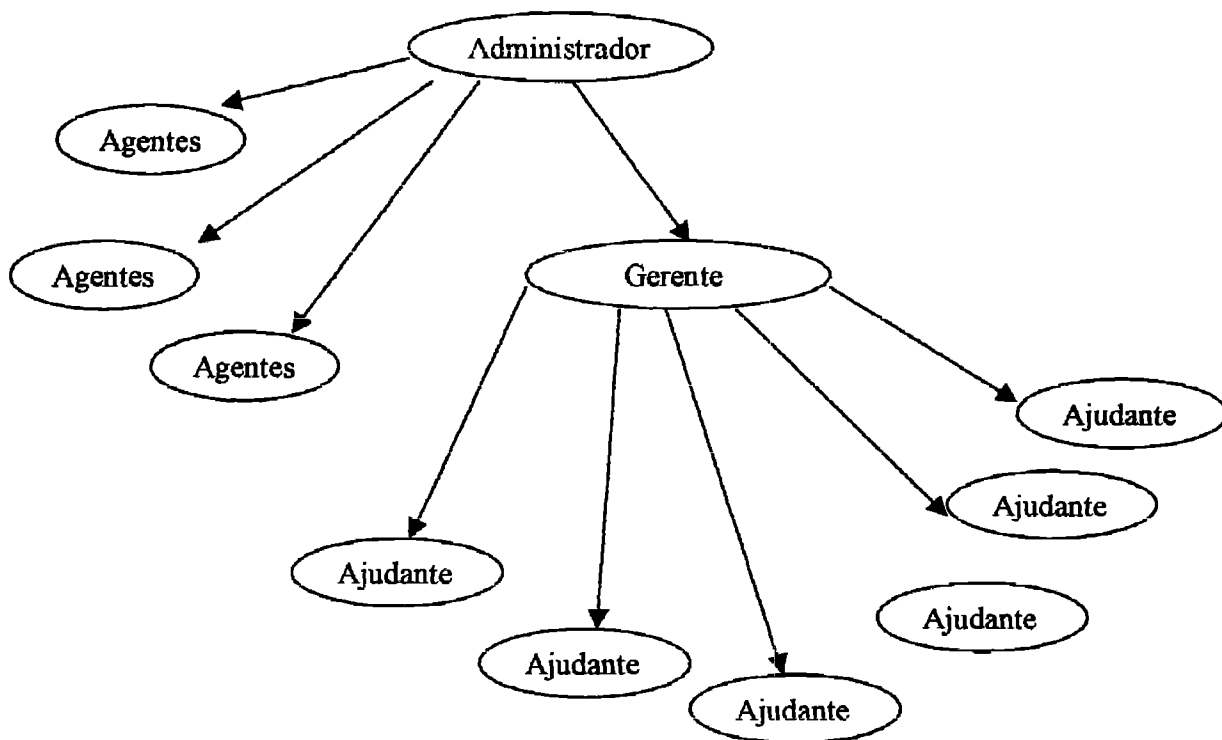
## 8 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Os aspectos administrativos definem a estrutura organizacional que a empresa requer para seu perfeito funcionamento.

Pelo fato do empreendimento, no início, ser de pequeno porte, apresenta uma estrutura de trabalho bastante simples, porém torna-se necessário a definição de funções e responsabilidades e respectivos salários para cada atividade desenvolvida.

De acordo com os técnicos da EPAGRI, a mão-de-obra necessária para o desenvolvimento das atividades da unidade de beneficiamento, desenhada no anexo1 e com um potencial produtivo de 30000 dúzias por mês, é de 1 administrador, 1 gerente administrativo, 6 ajudantes de produção.

Os 3 agentes de vendas trabalharam nas ruas e serão indispensáveis para o processo de escoamento das vendas.



A descrição dos cargos é a seguinte:

**a) Cargo: Administrador**

**Função:** Administrar o empreendimento

**Atendimento** aos clientes e agentes de vendas

**Atividades:** Administração em geral, compreendendo atividades de planejamento, comando e controle, tomada de decisões, atividades administrativas e de serviços, tais como: contato com os fornecedores, controle de estoques e do caixa. Além de contato e realização de vendas com os clientes e agentes

**Salário** pró-labore no valor de R\$ 2000,00

**b) Cargo: Gerente**

**Função:** Acompanhamento e controle do processo produtivo

**Atividades:** monitoramento das condições ambientais, como coleta de amostras dos produtores, envio das amostras ao laboratório, verificação da qualidade da matéria prima, gerenciamento do processo produtiva e logística.

**Nível de escolaridade:** Nível superior em Engenharia de Aquicultura

**Salário:** R\$ 1700,00

**c) Cargo: Agentes de venda (com três ocupantes desse cargo)**

**Função:** Ser o ponto de contato entre a empresa e os clientes nas cidades de Porto Alegre, Curitiba e São Paulo.

**Atividades:** Realizar vendas nessas cidades,estabelecer relação de pós-venda e tratamento adequado a cada cliente.

**Nível de escolaridade:** Superior incompleto (estagiário)

**Salário:** R\$ 1200,00

d) Cargo: Ajudante de Produção (com seis ocupantes desse cargo)

Função: Atender aos critérios do SIF de lavar, selecionar, embalar e armazenar a ostra

Atividade: Condução do processo produtivo das ostras

Nível de escolaridade: Segundo grau completo

Salário: R\$ 450,00

Cabe salientar que o quadro de funcionários exposto acima parte de uma estrutura elaborada de acordo com a necessidade inicial de mão-de-obra para o desenvolvimento das atividades. A intenção é ampliar o quadro assim que forem conquistados novos mercados de atuação.

## **9 ASPECTOS CONTÁBEIS**

A contabilidade da empresa será terceirizada por um escritório especializado ao qual caberá a escrituração de livros contábeis e comerciais, acompanhamento dos saldos contábeis, demais procedimentos fundamentais, regulamentação e controle do negócio.

De acordo com a previsão de receita e consultando as normas e tributações fiscais competentes a este tipo de atividade, verifica-se que a melhor estruturação será sob a forma de microempresa, na qual o tratamento fiscal é diferenciado, visando a simplificar as obrigações administrativas, tributárias e previdenciárias de negócios de pequeno porte.

Dessa forma, o empreendimento será optante pelo SIMPLES – Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte.

De acordo com o SEBRAE (2002), o SIMPLES visa simplificar as regulamentações e obrigações tributárias impostas a estes tipos de estabelecimentos, unificando o pagamento mensal de diversos impostos e contribuições, tais como: o Imposto de Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ), o Programa de Integração Social e o Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público (PIS/PASEP), a Contribuição para Financiamento da Seguridade Social (COFINS), a Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL), e as Contribuições Previdenciárias do Empregador.

Cabe Salientar que as empresas que atuam no ramo da maricultura (ostras e mariscos) em Santa Catarina comercializando o produto internamente, recebem isenção do pagamento do ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços), sendo este um benefício à comercialização destes produtos.



Pela prospecção das receitas e custos correntes e incorrentes no decorrer do exercício, constata-se que o pagamento dos impostos obrigatoriamente será aplicado sobre a receita bruta mensal auferida pelo empreendimento de acordo com os percentuais fixados pelo SIMPLES.

Já com relação aos impostos referentes ao quadro de funcionários, sobre o valor dos salários relacionados anteriormente incidirão o INSS (Contribuição para a Seguridade Social), FGTS (Fundo de Garantia por Tempo de Serviço).

## 10 ASPECTOS FINANCEIROS

A viabilidade de um projeto está diretamente relacionada com os aspectos financeiros envolvidos, sendo que estes englobam os financiamentos, os investimentos, os custos, as receitas operacionais e as demonstrações do resultado do exercício em três cenários: um otimista, um intermediário e um pessimista.

### 10.1 Recursos financeiros

Para a realização deste empreendimento, o capital integralizado será constituído por 50% de capital próprio e 50% de um empréstimo realizado através do BNDES (Banco Nacional para o Desenvolvimento Econômico e Social).

Esse empréstimo deverá ser pago em no máximo 5 (cinco) anos a uma taxa de 13,95% de juros anuais, sendo possível um ano de carência. A linha de crédito utilizada para o empréstimo chama-se Finame. Essa linha de crédito foi criada pelo BNDES com o intuito de fazer empréstimos para a compra de máquinas e equipamentos agrícolas. A simulação de pagamento do empréstimo está no quadro nº 1 (para a realização dos cálculos foi realizado um arredondamento dos valores para duas casas após a vírgula).

Quadro nº 1 – Simulação para o pagamento de empréstimo

Empréstimo Financeiro					
Principal	R\$ 164.621,93	Juros	13,95%		
	dez/06	dez/07	dez/08	dez/09	dez/10
Saldo restan	R\$ 164.621,93	R\$ 131.697,54	R\$ 98.773,16	R\$ 65.848,77	R\$ 32.924,39
Valor parcela	R\$ 32.924,39	R\$ 32.924,39	R\$ 32.924,39	R\$ 32.924,39	R\$ 32.924,39
Juros	R\$ 22.964,76	R\$ 18.371,81	R\$ 13.778,86	R\$ 9.185,90	R\$ 4.592,95
Total parcela	R\$ 55.889,15	R\$ 51.296,19	R\$ 46.703,24	R\$ 42.110,29	R\$ 37.517,34
Juros Acum	R\$ 68.894,28				

## 10.2 Investimentos fixos

O investimento necessário para a realização do projeto corresponde a construção de uma estrutura com 158m<sup>2</sup> para o beneficiamento de ostras produzidas pelos maricultores de Florianópolis. Considerando-se a taxa de sobrevivência de 50%, a unidade de beneficiamento terá a capacidade de beneficiar 30000 dúzias de ostras *Crassotea Gigas* por mês. Dessa forma, foi realizada uma pesquisa de mercado para compor o orçamento da construção da edificação, veículos, móveis, utensílios, equipamentos e serviços com o objetivo de obter o preço acessível dentro das necessidades do empreendimento.

Quadro nº 2 – Custo da construção da edificação

Descrição dos Serviços	Valor do Serviço
Compra do terreno	R\$ 22.000,00
Serviços preliminares	R\$ 3.000,00
Fundações	R\$ 15.000,00
Vigas e Baldrames	R\$ 5.000,00
Elementos de vedação (alvenaria)	R\$ 7.000,00
Vigas e lajes	R\$ 9.000,00
Cobertura	R\$ 12.000,00
Instalações hidráulicas	R\$ 9.500,00
Instalações elétricas	R\$ 7.500,00
Rvestimentos	R\$ 7.500,00
Esquadrias	R\$ 5.000,00
Pintura	R\$ 2.500,00
Fossa séptica e sumidouro	R\$ 3.000,00
Equipamentos sanitários	R\$ 2.000,00
Serviços complementares	R\$ 1.790,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 111.790,00</b>

Fonte: RbArquitetura

Quadro nº 3 – Relação de móveis e utensílios

<b>Discriminação</b>	<b>Qtidade</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Valor Total</b>
Mesa de escritório	2	R\$ 80,00	R\$ 160,00
Gaveteiro	1	R\$ 50,00	R\$ 50,00
Cadeiras	6	R\$ 75,00	R\$ 450,00
Aparelho de fax-modem	1	R\$ 634,00	R\$ 634,00
Lixeira	2	R\$ 18,00	R\$ 36,00
material de escritório		R\$ 130,00	R\$ 130,00
material de limpeza e higiene		R\$ 500,00	R\$ 500,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 1.960,00</b>

Fonte: Dados primários

Quadro nº 4 – Relação de máquinas e equipamentos

<b>Componentes (Materiais e Serviços)</b>	<b>Unid</b>	<b>Qtidade</b>	<b>Valor unit</b>	<b>Valor Total</b>
Luvas	Pares	12	R\$ 12,00	R\$ 144,00
Bota de borracha	Pares	6	R\$ 17,00	R\$ 102,00
Dosador de Cloro	Unid	1	R\$ 54,00	R\$ 54,00
Lavador de botas	Unid	1	R\$ 187,00	R\$ 187,00
Balança de Plataforma	Unid	1	R\$ 900,00	R\$ 900,00
Balança digital	Unid	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00
Freezer horizontal de 550 l;	Unid	1	R\$ 1.599,00	R\$ 1.599,00
Máquina de gelo em escamas*	Unid	1	R\$ 23.681,86	R\$ 23.681,86
Máquina lavadora de pressão;	Unid	2	R\$ 1.718,00	R\$ 3.436,00
Mesa inox 70x2,50;	Unid	2	R\$ 2.327,00	R\$ 4.654,00
Mesa inox vasada 70x2,50;	Unid	1	R\$ 2.062,00	R\$ 2.062,00
Armário moedário de inox;	Unid	1	R\$ 2.375,00	R\$ 2.375,00
Refrigerador de 240 l;	Unid	1	R\$ 799,00	R\$ 799,00
Fogão de 04 bocas;	Unid	1	R\$ 469,00	R\$ 469,00
Caixas plásticas vasadas;	Unid	30	R\$ 9,90	R\$ 297,00
Caixas plásticas fechadas;	Unid	30	R\$ 18,00	R\$ 540,00
Uniformes de trabalho;	Unid	8	R\$ 11,50	R\$ 92,00
Facas Inox;	Unid	20	R\$ 17,00	R\$ 340,00
Computador e periféricos;	Unid	2	R\$ 1.699,00	R\$ 3.398,00
Aparelho de fax-modem	Unid	1	R\$ 634,00	R\$ 634,00
Impressora multifuncional;	Unid	1	R\$ 449,00	R\$ 449,00
Armário de fórmica vertical;	Unid	1	R\$ 310,00	R\$ 310,00
Mesas de escritório;	Unid	2	R\$ 545,00	R\$ 1.090,00
Cadeiras de escritório	Unid	4	R\$ 280,00	R\$ 1.120,00
Site de divulgação	Unid	1	R\$ 520,00	R\$ 520,00
<b>TOTAL</b>				<b>R\$ 49.952,86</b>

Fonte: EPAGRI

Quadro nº 5 - Veículos

<b>Discriminação</b>	<b>Unid</b>	<b>Qtdade</b>	<b>Valor unit</b>	<b>Valor Total</b>
Veiculo - Utilitário	Unid	1	R\$ 31.930,00	R\$ 31.930,00

Fonte: Dados primários

### 10.2.1 Depreciação

A depreciação é um procedimento contábil destinado ao registro da perda do valor econômico dos bens adquiridos pela empresa por desgaste físico ou inovações tecnológicas. Para cada recurso é estipulado um percentual de perda por ano, conforme previsão de durabilidade e vida útil.

A depreciação é considerada uma conta retroativa do ativo, ou seja, como o gasto efetuado quando da compra de materiais foi registrado como um investimento, ele não pode ser considerado uma despesa. Entretanto, os bens são utilizados e sofrem perda de valor. Por esta razão a depreciação assume o papel de controle da durabilidade destes recursos utilizados, uma vez que incorpora a cada exercício uma parcela de perda, ao longo do período estimado de sua vida útil.

Nesse empreendimento, são depreciados máquinas e equipamentos utilizados ao longo do processo produtivo e será incorporada ao custo de cada exercício uma parcela do valor desses bens. Para a efetuação desse cálculo, serão utilizadas as taxas de depreciação abaixo:

Quadro nº 6 - Depreciação (prazos e taxas)

<b>Vida útil dos equipamentos e da Infra-estrutura</b>		
<b>Itens</b>	<b>Vida útil (anos)</b>	<b>Taxa de depreciação (a.a)</b>
Luvas	1	90%
Bota de borracha	1	90%
Dosador de Cloro	10	10%
Lavador de botas	10	10%
Balança de Plataforma	10	10%
Balança digital	10	10%
Freezer horizontal de 550 l;	10	15%
Máquina de gelo em escamas*	10	15%
Máquina lavadora de pressão;	8	15%
Mesa inox 70x2,50;	10	10%
Mesa inox vasada 70x2,50;	10	10%
Armário moedário de inox;	10	10%
Refrigerador de 240 l;	10	15%
Fogão de 04 bocas;	10	10%
Caixas plásticas vasadas;	5	20%
Caixas plásticas fechadas;	5	20%
Uniformes de trabalho;	5	35%
Facas Inox;	10	10%
Computador e periféricos;	5	20%
Aparelho de fax-modem	5	20%
Impressora multifuncional;	5	20%
Armário de fórmica vertical;	10	10%
Mesas de escritório;	10	10%
Cadeiras de escritório	10	10%
Veículo	5	20%

Fonte: EPAGRI

O Quadro nº 6 relaciona as descrições, as quantidades, a taxa anual de depreciação e o valor dos móveis e equipamentos, calculados de acordo com as respectivas taxas de depreciação expostas anteriormente.

Quadro nº 7 – Depreciação Acumulada

Depreciação Acumulada				
Itens	Qtidade	Valor Total	Tx deprec (a.a)	Valor
Luvas	12	R\$ 144,00	90%	R\$ 129,60
Bota de borracha	6	R\$ 102,00	90%	R\$ 91,80
Dosador de Cloro	1	R\$ 54,00	10%	R\$ 5,40
Lavador de botas	1	R\$ 187,00	10%	R\$ 18,70
Balança de Plataforma	1	R\$ 900,00	10%	R\$ 90,00
Balança digital	1	R\$ 700,00	10%	R\$ 70,00
Freezer horizontal de 550 l;	1	R\$ 1.599,00	15%	R\$ 239,85
Máquina de gelo em escamas*	1	R\$ 23.681,86	15%	R\$ 3.552,28
Máquina lavadora de pressão;	2	R\$ 3.436,00	15%	R\$ 515,40
Mesa inox 70x2,50;	2	R\$ 4.654,00	10%	R\$ 465,40
Mesa inox vasada 70x2,50;	1	R\$ 2.062,00	10%	R\$ 206,20
Armário moedário de inox;	1	R\$ 2.375,00	10%	R\$ 237,50
Refrigerador de 240 l;	1	R\$ 799,00	15%	R\$ 119,85
Fogão de 04 bocas;	1	R\$ 469,00	10%	R\$ 46,90
Caixas plásticas vasadas;	30	R\$ 297,00	20%	R\$ 59,40
Caixas plásticas fechadas;	30	R\$ 540,00	20%	R\$ 108,00
Uniformes de trabalho;	8	R\$ 92,00	35%	R\$ 32,20
Facas Inox;	20	R\$ 340,00	10%	R\$ 34,00
Computador e periféricos;	2	R\$ 3.398,00	20%	R\$ 679,60
Aparelho de fax-modem	1	R\$ 634,00	20%	R\$ 126,80
Impressora multifuncional;	1	R\$ 449,00	20%	R\$ 89,80
Armário de fórmica vertical;	1	R\$ 310,00	10%	R\$ 31,00
Mesas de escritório;	2	R\$ 1.090,00	10%	R\$ 109,00
Cadeiras de escritório	4	R\$ 1.120,00	10%	R\$ 112,00
Veículo	1	R\$ 31.930,00	20%	R\$ 6.386,00
<b>Total de depreciação anual</b>				<b>R\$ 13.556,68</b>
<b>Total de depreciação mensal</b>				<b>R\$ 1.129,72</b>

Fonte: Dados primários

### 10.3 Estrutura de custos e despesas

Para determinar os valores monetários gastos com a produção e o funcionamento da empresa em geral faz-se necessário à descrição dos custos e despesas operacionais. Por isso, o detalhamento dos valores e materiais utilizados no processo produtivo serão descritos a seguir.

Os custos podem ser classificados em custos fixos e custos variáveis. Os custos fixos são todos os custos que incorrem do funcionamento do negócio, independente de haver ou não produção. Já os custos variáveis são aqueles diretamente proporcionais ao volume de produção.

Os custos dos produtos vendidos (CPV) e as despesas operacionais da empresa contém componentes de custo operacionais fixos e variáveis.

O quadro nº 7 apresenta a despesa mensal com folha de pagamento e também o que representam os encargos sociais.

Quadro nº 8 – Despesas com folha de pagamento

<b>Despesa Com folha de pagamento</b>	
<b>Tributos</b>	<b>Percentual</b>
INSS	28%
FGTS	8%
13º Salário	14%
Férias	18%
<b>TOTAL</b>	<b>68%</b>

Fonte: Dados primários

Como o proprietário do novo empreendimento será o próprio administrador , ele receberá um honorário em forma de pró-labore, por desempenhar as atividades administrativas. A quantia mensal paga ao administrador está descrita no quadro nº 9.

Quadro nº 9 – Despesas administrativas

<b>Despesas administrativas</b>			
<b>Cargo</b>	<b>Qtidade</b>	<b>Custo Unld</b>	<b>Custo Mensal</b>
Honorário (Pró-labore proprietário)	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
Encargos e benefícios (20%)			R\$ 400,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 2.400,00</b>

Fonte: Dados primários



Dentro disso, compõem-se as despesas fixas mensais necessárias ao funcionamento da empresa

Quadro nº 10 – Despesas fixas mensais

<b>Despesas fixas mensais</b>	
<b>Discriminação</b>	<b>Valor Mensal</b>
Pró-labore	R\$ 2.000,00
Encargos previdenciários	R\$ 400,00
Depreciação	R\$ 1.129,72
Honorários contábeis	R\$ 300,00
Estimativa de gasto com água	R\$ 400,00
Estimativa de gasto com internet	R\$ 76,80
Estimativa de gasto com energia	R\$ 260,00
Estimativa de gasto com telefone	R\$ 280,00
Estimativa de gasto com mat de limpeza	R\$ 300,00
Estimativa de gastos com material de escritório	R\$ 50,00
Manutenção do site	R\$ 50,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 5.246,52</b>

Fonte: Dados primários

### 10.3.1 – Mão-de-obra direta

Define-se como mão-de-obra direta os funcionários que lidam diretamente com a produção da empresa. Sobre os valores referentes ao pagamento da mão-de-obra incidem encargos sociais . O quadro nº 11 destaca a composição dos custos fixos referentes ao pessoal administrativo e operacional.

Quadro nº 11 – Mão-de-obra direta

<b>Mão-de-obra direta</b>				
<b>Cargos</b>	<b>Qtidade</b>	<b>Custo Unit</b>	<b>Custo Mensal</b>	<b>Custo + encargos</b>
Agentes de venda	3	R\$ 1.200,00	R\$ 3.600,00	R\$ 6.048,00
Gerente	1	R\$ 1.700,00	R\$ 1.700,00	R\$ 2.856,00
Ajudante de produção	6	R\$ 450,00	R\$ 2.700,00	R\$ 4.536,00
Subtotal			R\$ 8.000,00	
Encargos sociais (68%)			R\$ 5.440,00	
<b>TOTAL</b>				<b>R\$ 13.440,00</b>

Fonte: Dados primários

#### 10.4 Custo de produção

Os custos mensais de operação, representados no quadro nº 12, representam a produção com 56% da capacidade produtiva da empresa (que é de 30000 dúzias/mês), já que nos primeiros anos do seu funcionamento a empresa estará estabelecendo parcerias com o maricultores e se organizando para colher os dados referentes a qualidade da água e da carne de ostra para aprovação do selo de certificação de origem do processo.

Quadro nº 12 – Custo da produção

<b>Custos de produção</b>				
<b>Componentes</b>	<b>Unidade</b>	<b>Qtidade</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Valor Total</b>
Matéria-prima	Dúzias	18000	R\$ 3,00	R\$ 54.000,00
Maquina lavadora de pressão	KW/h	190	R\$ 0,33722	R\$ 64,07
Maquina de gelo	KW/h	100	R\$ 0,33722	R\$ 33,72
Refrigerador de 240litros	KW/h	80	R\$ 0,33722	R\$ 26,98
Amostras laboratoriais	Unidade	90	R\$ 1,72	R\$ 154,80
Serviços mecânicos	Hora	10	R\$ 2,00	R\$ 20,00
Embalagem	Unidade	35500	R\$ 0,09	R\$ 3.195,00
<b>TOTAL</b>				<b>R\$ 57.494,57</b>

Fonte: Dados primários

Para a realização dos cálculos foi utilizado um arredondamento de 2 (duas) casas após a vírgula

### 10.5 Custo da mercadoria vendida (CMV)

O custo da mercadoria vendida diz respeito aos custos de mão-de-obra direta com encargos e dos materiais diversos usados no beneficiamento, bem como aos serviços envolvidos. Torna-se importante ressaltar a relevância dos indicadores de eficiência da unidade produtiva. Com base nos valores relacionados nas despesas operacionais fixas mensais (quadro nº 10), despesas com mão-de-obra direta (quadro nº 11) e aos componentes necessários à produção (quadro nº 12), pode-se calcular o custo da mercadoria vendida.

Quadro nº 13 – Custo da mercadoria vendida

<b>Custo da mercadoria vendida</b>	
<b>Despesas fixas anuais</b>	R\$ 62.958,28
Subtotal	R\$ 62.958,28
<b>Custos fixos anuais</b>	
Mão-de-obra direta	R\$ 161.280,00
Subtotal	R\$ 161.280,00
<b>Custos variáveis anuais</b>	
Custos de produção	R\$ 689.934,86
Subtotal	R\$ 689.934,86
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 914.173,14</b>

Fonte: Dados primários

Levando-se em consideração a capacidade produtiva da unidade de beneficiamento, o volume de produção de ostras na cidade de Florianópolis, uma produção menor no início das operações de 21600 dúzias/ ano, o da mercadoria vendida será calculado de acordo com a seguinte fórmula:

$$CMV = \frac{D + CF + CV}{Q}$$

Onde:

CMV = Custo da mercadoria vendida

D = Despesas anuais

CF = Custos fixos anuais

CV = Custos variáveis anuais

Q = Quantidade produzida estimada

Sendo assim:

$$CMV = \frac{D + CF + CV}{Q}$$

$$CMV = \frac{62.958,28 + 161.280,00 + 680.934,86}{21600}$$

CMV = R\$ 4,23 por dúzia

Portanto o custo da mercadoria vendida será de R\$ 4,23 por dúzia.

## 10.6 Indicadores de vendas

A característica de homogeneidade da ostra faz com que seu preço seja determinado pela interação da sua oferta com a sua demanda, presente no mercado. Tal fato conduz a empresa a buscar ganhos de eficiência produtiva, que lhe proporcionem maior produtividade e, conseqüentemente, menores custos de produção. Sendo assim, é

fundamental que se tenha precisão dos valores envolvidos no processo, pois o seu controle é imprescindível para o sucesso do negócio.

Para chegar-se ao valor de venda de cada produto, irão ser considerados, além do custo de produção, outros três itens chamados de indicadores de vendas, que são: Índice de Comercialização (IC), Margem de Lucro (ML) e o *Markup*, ou Taxa de Marcação, sendo este último o valor acrescentado ao custo de um produto para determinar o preço de venda final.

A empresa adotará uma margem de lucro de 32,5% sobre o preço de venda da dúzia de ostra já que o negócio da empresa é comprar o produto pronto e agregar um valor de qualidade e confiabilidade.

### 10.7 Taxa de marcação (*Markup*)

Os tributos incidentes na comercialização do produto devem ser incorporados ao seu preço para a determinação do *Markup*

Quadro nº 14 – Índices de comercialização do produto

<b>Cenário Otimista</b>	
<b>Índice de comercialização do produto</b>	
<b>Discriminação de Tributos</b>	<b>Alíquota</b>
PIS/PASEP	0,65%
CSLL	0,96%
COFINS	2,50%
Imposto de renda	1,20%
Contribuição Seguridade Social	4,30%
ICMS	0%
<b>Total</b>	<b>9,61%</b>

Fonte: Receita Federal

Após identificados os índices de comercialização e estipulada a margem de lucro, é possível calcular a taxa de *Markup* da ostra pela seguinte fórmula:

$$TM = \frac{[100 - (IC + ML)]}{100}$$

Onde:

TM = Taxa de Marcação (Markup)

IC = Índice de comercialização

ML = Margem de lucro

Sendo assim:

$$TM = \frac{[100 - (IC + ML)]}{100}$$

$$TM = \frac{[100 - (9,61 + 32,5)]}{100}$$

$$TM = 0,5789$$

### **10.8 Receita bruta (receita operacional)**

Através da projeção do preço de venda do produto pode ser definida a capacidade do empreendimento em gerar receitas líquidas atraentes considerando-se os seus custos de produção.

A projeção da receita operacional, para o cenário otimista, foi calculada pela seguinte fórmula:

$$\text{Receita Operacional} = \frac{\text{Custo do produto}}{\text{TM}}$$

Onde:

TM = Taxa de marcação

Sendo assim:

$$\text{Receita Operacional anual} = \frac{\text{R\$ 914.173,14}}{0,5789}$$

$$\text{Receita operacional anual} = \text{R\$ 1.579.155,53}$$

Com base na taxa de marcação percebe-se que a receita operacional estimada é positiva para a viabilidade econômico-financeira.

### 10.9 Apuração dos resultados

Com os dados obtidos até o momento é possível prospectar os resultados para um exercício social. No quadro nº 15, foi realizada uma projeção de três cenários, pessimista, intermediário e otimista. O quadro pessimista foi prospectado para uma receita com vendas de 15.500 dúzias/mês (50% da capacidade plena de produção da empresa). Já para a prospecção dos quadros intermediários e otimistas, utilizou-se uma receita com vendas de 16600 dúzias/mês e 18000 dúzias/mês respectivamente. A empresa não deseja ultrapassar a produção de 18000 dúzias/mês nos primeiros anos de funcionamento. Espera-se que a

utilização plena da capacidade produtiva da empresa seja utilizada quando o selo de qualidade de origem for aprovado para a comercialização.

Quadro nº 15 – Demonstração do resultado anual (dados prospectados)

<b>Demonstrativo do resultado - Anual</b>			
<b>Discriminação</b>	<b>Cenário Pessimista</b>	<b>Cenário intermed</b>	<b>Cenário otimista</b>
1 Receita bruta de vendas			
1.1 de Ostra Crassostrea Gigas	R\$ 1.374.450,18	R\$ 1.454.870,14	R\$ 1.579.155,53
2 Total da receita bruta	R\$ 1.374.450,18	R\$ 1.454.870,14	R\$ 1.579.155,53
3 Deduções			
3.1 PIS/PASEP	R\$ 8.933,93	R\$ 9.456,66	R\$ 10.264,51
3.2 COFINS	R\$ 34.361,25	R\$ 36.371,75	R\$ 39.478,89
3.3 Contribuições prev. Empregador	R\$ 59.101,36	R\$ 62.559,42	R\$ 67.903,69
4 ( - ) Total de deduções	R\$ 102.396,54	R\$ 108.387,83	R\$ 117.647,09
5 Receita líquida de vendas	R\$ 1.272.053,64	R\$ 1.346.482,31	R\$ 1.461.508,44
6 ( - ) Custo da mercadoria vendida	R\$ 914.173,14	R\$ 914.173,14	R\$ 914.173,14
7 LUCRO BRUTO	R\$ 357.880,51	R\$ 432.309,18	R\$ 547.335,31
7 Despesas operacionais			
7.1 Administrativas			
7.1.1 Pró-labore	R\$ 24.000,00	R\$ 24.000,00	R\$ 24.000,00
7.1.2 Encargos previdenciários	R\$ 4.800,00	R\$ 4.800,00	R\$ 4.800,00
7.1.3 Manutenção do site	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00
7.1.4 Internet	R\$ 921,60	R\$ 921,60	R\$ 921,60
7.1.5 Depreciação	R\$ 13.556,68	R\$ 13.556,68	R\$ 13.556,68
7.1.6 Honorários contábeis	R\$ 3.600,00	R\$ 3.600,00	R\$ 3.600,00
7.1.7 Amortização	R\$ 32.924,39	R\$ 32.924,39	R\$ 32.924,39
7.1.8 Telefone	R\$ 3.360,00	R\$ 3.360,00	R\$ 3.360,00
7.1.9 Material de escritório	R\$ 600,00	R\$ 600,00	R\$ 600,00
Total Despesas Administrativas	R\$ 84.362,67	R\$ 84.362,67	R\$ 84.362,67
7.2 Produção			
7.2.1 Salário de pessoal	R\$ 161.280,00	R\$ 161.280,00	R\$ 161.280,00
7.2.2 Encargos Sociais	R\$ 65.280,00	R\$ 65.280,00	R\$ 65.280,00
7.2.3 Material de limpeza	R\$ 3.600,00	R\$ 3.600,00	R\$ 3.600,00
7.2.4 Água	R\$ 4.800,00	R\$ 4.800,00	R\$ 4.800,00
7.2.5 Energia elétrica	R\$ 3.120,00	R\$ 3.120,00	R\$ 3.120,00
Total de despesas de produção	R\$ 238.080,00	R\$ 238.080,00	R\$ 238.080,00
8 ( - ) Total das despesas operacionais	R\$ 322.442,67	R\$ 322.442,67	R\$ 322.442,67
9 Despesas financeiras			
9.1 Juros BNDES	R\$ 22.964,76	R\$ 22.964,76	R\$ 22.964,76
10 ( - ) Total das despesas financeiras	R\$ 22.964,76	R\$ 22.964,76	R\$ 22.964,76
11 Lucro operacional líquido	R\$ 12.473,08	R\$ 86.901,75	R\$ 201.927,88
Imposto de renda	R\$ 149,68	R\$ 1.042,82	R\$ 2.423,13
CSLL	R\$ 119,74	R\$ 834,26	R\$ 1.938,51
<b>LUCRO LÍQUIDO</b>	<b>R\$ 12.203,67</b>	<b>R\$ 85.024,68</b>	<b>R\$ 197.566,24</b>



## 10.10 Índices de lucratividade

Os índices de lucratividade relacionam o retorno da empresa com suas vendas, ativos ou patrimônio líquido. Como um todo, essas medidas avaliam o lucro da empresa com relação a um determinado nível de vendas, ou com os investimentos iniciais.

### 10.10.1 Margem de contribuição

A margem de contribuição é o valor resultante, após deduzir-se da receita os custos dos produtos vendidos, as comissões e os impostos gerados pela comercialização do produto. Fica claro, como um benefício, à isenção do ICMS dentro do Estado de Santa Catarina.

A margem de contribuição é obtida pela diferença entre a receita auferida e os custos variáveis envolvidos no processo de produção.

$$MC = \text{Receita Líquida de Vendas} - \text{Custos Variáveis}$$

No caso da estação de beneficiamento de ostras, a margem de contribuição para os cenários pessimista, intermediário e otimista segue abaixo:

a) Pessimista

$$MC = R\$ 1.272.053,64 - R\$ 689.934,86$$

$$MC = R\$ 582.118,79$$

## b) Intermediário

$$MC = R\$ 1.346.482,31 - R\$ 689.934,86$$

$$MC = R\$ 656.547,46$$

## c) Otimista

$$MC = R\$ 1.461.508,44 - R\$ 689.934,86$$

$$MC = R\$ 771.573,59$$

## 10.10.2 Margem de lucro

A margem de lucro representa o lucro auferido com as vendas, após serem deduzidos todos os custos e despesas incorridas no processo produtivo, incluindo o imposto de renda e a contribuição social sobre o lucro líquido. Esta é uma medida de lucratividade muito utilizada para mensurar o sucesso da empresa com relação ao lucro obtido pelas vendas.

A projeção da margem de lucro, para os cenários pessimista, intermediário e otimista, foi calculada pela seguinte fórmula:

$$\text{Margem de Lucro} = \text{Lucro Líquido} / \text{Receita Bruta}$$

## a) Pessimista

$$\text{Margem de lucro} = R\$ 12.203,67 / R\$ 1.374.450,18$$

$$\text{Margem de lucro} = 0,89\%$$

## b) Intermediário

Margem de lucro = R\$ 85.024,68 / R\$ 1.454.870,14

Margem de lucro = 5,84%

## c) Otimista

Margem de lucro = R\$ 197.566,24 / R\$ 1.579.155,53

Margem de lucro = 12,51%

Com este resultado percebe-se que a margem de lucro estimada para os cenários intermediário (5,84%) e otimista (12,51%) correspondem ao quanto pode ser agregado de valor, com selos de qualidade, ao produto do maricultor. Na medida que a empresa ganhar novos mercados e começar a operar com capacidade plena de 30.000 dúzias por mês de ostras, essa margem de lucro tende a elevar-se.

## 10.10.3 Ponto de equilíbrio

O ponto de equilíbrio corresponde ao nível ou volume de produção para que a empresa possa cobrir todos os seus custos, ou seja, as receitas operacionais são iguais as despesas operacionais, atingindo um lucro operacional igual a zero.

Se a empresa se encontrar acima deste ponto, ela terá lucro. E se abaixo dele, incorrerá em prejuízo.

A fórmula para o cálculo do ponto de equilíbrio é a seguinte:

$$\text{Ponto de Equilíbrio} = \text{Custo fixo} / \text{Margem de Contribuição}$$

Sendo assim o ponto de equilíbrio para os cenários pessimista, intermediário e otimista segue abaixo:

**a) Pessimista**

$$PEE = R\$ 224.238,28 / R\$ 582.118,79$$

$$PEE = 38,52 \%$$

**b) Intermediário**

$$PEE = R\$ 224.238,28 / R\$ 656.547,46$$

$$PEE = 34,15\%$$

**c) Otimista**

$$PEE = R\$ 224.238,28 / R\$ 771.573,59$$

$$PEE = 29,06\%$$

O ponto de equilíbrio para o cenário intermediário de 34,15%, ou seja, o negócio precisará produzir 34,15% do seu nível ou volume de produção para que a empresa possa cobrir todos os seus custos.

### **10.11 Investimento inicial**

O investimento inicial corresponde ao montante de capital necessário para a empresa começar a funcionar. São os gastos com construção das instalações físicas, aquisição e instalação de máquinas e equipamentos, veículos, reformas, móveis e utensílios,

entre outros. São elementos que compõem o patrimônio da empresa. Outro elemento constitutivo dos investimentos iniciais é o capital de giro, correspondente aos gastos operacionais iniciais da empresa como salário dos empregados e pró-labore do proprietário. O quadro nº 16 expõe o valor do investimento para iniciar as atividades do empreendimento.

Quadro nº 16 – Investimentos Iniciais

<b>Discriminação</b>	<b>Valor</b>
1 Investimento fixo	R\$ 193.672,86
2 Capital de giro	
2.1 Despesas fixas	R\$ 62.958,28
2.2 Custos fixos de mão-de-obra	R\$ 13.440,00
2.3 custos de produção	R\$ 57.494,57
3 Subtotal	R\$ 133.892,85
4 Total (1 + 3)	R\$ 327.565,71

Fonte: Dados primários

## 10.12 Remuneração de capital

A remuneração do capital investido no empreendimento será calculada pela relação entre a taxa de retorno do investimento e seu respectivo prazo para recuperá-lo.

### 10.12.1 Taxa de retorno do investimento (TIR)

A taxa interna de retorno será representada nos três cenários prospectados, isto é, o lucro líquido de cada um deles será relacionado ao investimento aplicado para dar início ao funcionamento da empresa.

A fórmula utilizada para o cálculo de TIR será a seguinte:

$$TIR = (\text{lucro líquido/investimento inicial}) \times 100$$

A taxa interna de retorno para os três cenários segue abaixo:

a) Pessimista

$$TIR = R\$ 12.203,67 / R\$ 327.565,71 \times 100 = 4\%$$

b) Intermediário

$$TIR = R\$ 85.024,68 / R\$ 327.565,71 \times 100 = 26\%$$

c) Otimista

$$TIR = R\$ 197.566,24 / R\$ 327.565,71 \times 100 = 60\%$$

Com base nos cálculos acima, observa-se que a taxa interna de retorno que o empreendimento vai obter é positiva, ou seja, é maior do que o custo de capital incorrido para sua estruturação.

#### 10.12.2 Prazo de retorno do investimento (*payback*)

O período de *payback* prospectado representará o prazo necessário para recuperação do capital aplicado no novo negócio, levando em consideração as entradas de caixa. Esta ferramenta é uma forma de medir o risco associado a empresa para atuar no mercado selecionado.

A fórmula para o cálculo do *payback* é a seguinte:

$$Payback = \text{Investimento inicial} / \text{lucro líquido mensal}$$

Portanto, o período de tempo necessário para recuperar o capital investido inicialmente, levando em consideração os três cenários será o seguinte:

a) Pessimista

$$\text{Payback} = \text{R\$ } 327.565,71 / \text{R\$ } 1.016,97 = 26 \text{ anos e 8 meses}$$

b) Intermediário

$$\text{Payback} = \text{R\$ } 327.565,71 / \text{R\$ } 7.085,39 = 4 \text{ anos}$$

c) Otimista

$$\text{Payback} = \text{R\$ } 327.565,71 / \text{R\$ } 16.463,85 = 1 \text{ ano e 8 meses}$$

Analisando-se os dados de payback, verifica-se que 4 anos é um prazo aceitável se tratando de uma indústria. Para o quadro pessimista o payback foi bastante alto porque corresponde a uma receita com venda muito pequena com relação a capacidade produtiva plena da empresa que é de 30.000 dúzias/mês. O que representa um custo fixo muito alto para tão pouca receita com vendas. Cabe a ressalva que nos primeiros 5 (cinco) anos de funcionamento (tempo demandado para a obtenção do selo de certificação da qualidade de origem) a produção máxima será de 18000 dúzias/mês.

### 10.13 Resumo dos dados

Conforme os dados levantados durante a elaboração dos aspectos financeiros constituintes do empreendimento levando em consideração o cenário intermediário, segue abaixo o resumo dos índices obtidos:

Quadro nº 17 – Resumo dos dados (cenário intermediário)

Resumo dos dados para o cenário Intermediário		
Índice	Fórmula	Resultado
CMV	$CMV = (D+CF+CV)/Q$	R\$ 4,23
Margem de contribuição (MC)	$MC = Receita Líquida - Custos Variáveis$	R\$ 656.547,46
Taxa de retorno do investimento	$TIR = (lucro líquido / investimento inicial) \times 100$	26%
Payback	$Payback = Investimento inicial / lucro l. mês$	46



## **11 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O cultivo de ostras, ou ostreicultura, vem se desenvolvendo de forma exponencial. Trata-se de um grande mercado potencial que merece atenção e prioridade diante das possibilidades e oportunidades de adaptação dos produtos as preferências e interesses dos consumidores.

Para buscar as respostas sobre as preferências do consumidor, a pesquisa realizada pela EPAGRI (2002), destacou que os consumidores têm preferência pelo produto resfriado em detrimento do congelado e por embalagens pequenas de 500g ao invés das embalagens de 1Kg vendidas atualmente. Entretanto ainda não é possível atender as exigências do mercado consumidor, porque não existe certificação pelo SIF para a comercialização de ostras resfriadas

Outro ponto relevante, é que grande parte da população entrevistada pela pesquisa, consome o produto esporadicamente e só conhece duas formas de consumo de ostras: inatura e ao bafo. Há um amplo espaço de mercado que pode ser conquistado. Santa Catarina, além de ser padrão de referência do consumidor, é responsável pela produção de 95% de ostras cultivadas nos país.

A promoção do produto visa estimular o consumo, além do tradicional que é a venda aos atacadistas, buscando locais de fluxo de venda, especialmente nos Supermercados. Outras possibilidades promocionais tais como: aspectos relacionados a culinária (artigos em revistas, reportagens em televisão, livro de receitas) e associação a outros produtos com alto poder de sinergia (frutos do mar, férias no litoral, vinho branco) auxiliam na conquista desse novo mercado.

Como foi constatado pela pesquisa, boa parte da população entrevistada tem dificuldade de avaliar a qualidade da ostra no momento da compra. Por isso o selo de qualidade do processo (SIF), que além de permitir a comercialização do produto em todo território nacional, se somado ao selo de certificação da origem, tem a função de conquistar esses consumidores do mercado interno e adaptar-se as normas de exportação para atingir o mercado externo.

Entretanto para a obtenção destes selos deve ser traçado um longo caminho. Trata-se de um processo lento devido as muitas dificuldades de implantação e adaptação dos processos atuais aos padrões especificados pelas normas e legislação específicas. Porém, como já mencionado, este é um processo que trará muitas vantagens para a produção e comércio das ostras produzidas no município de Florianópolis.

Ficou claro a importância dos incentivos e benefícios oferecidos as micro e pequena empresa no país, por meio de medidas que visam facilitar e melhorar o desempenho destas. Algumas dessas medidas foram utilizadas no projeto, como por exemplo: o enquadramento do empreendimento no (SIMPLES) e a isenção da tributação do ICMS atribuída a esta atividade específica dentro do Estado de Santa Catarina. Cabe a ressalva de que ao preço final da ostra vendida para os outros estados brasileiros, será acrescido o ICMS tarifado pelo estado em que estiver situado o comprador

O estudo mostrou-se viável apesar de nos primeiros cinco anos de funcionamento (período demandado para a obtenção da certificação da qualidade de origem), a empresa operar com uma produção máxima correspondente a apenas 60% da capacidade total do empreendimento e custos fixos correspondentes a produção plena de funcionamento

(30.000 dúzias/mês). A empresa produzirá com capacidade plena, assim que conseguir a aprovação do selo de qualidade da origem

Considerando-se todos os custos, com empréstimos e processo de obtenção do selo de qualidade de origem, o lucro líquido estimado é satisfatório e oferece um ponto de equilíbrio de 34,27%, ou seja, o negócio precisará produzir 34,27% do seu nível ou volume de produção para que a empresa possa cobrir todos os seus custos. Dentro dessa perspectiva, o período de tempo necessário para recuperar o capital investido inicialmente será de aproximadamente quatro anos.

Já existe um projeto arquitetônico pronto para a construção do local de funcionamento da empresa e um projeto realizado pela EJEP/UFSC sobre os passos necessários para a obtenção de um certificado de qualidade de origem das ostras, porém, na pesquisa realizada, não foi encontrado nenhum projeto que esteja sendo desenvolvido para a obtenção de um selo de qualidade de origem.

O estudo de viabilidade econômica apresenta-se como importante indicador de eficiência da unidade produtiva. Dessa forma, além de ressaltar a importância de se manter o controle financeiro, o presente estudo demonstra a importância deste instrumento no gerenciamento das futuras atividades de empreendimento. Os resultados obtidos foram satisfatórios, e demonstraram que a unidade de beneficiamento constitui-se um bom investimento.

Mais do que um bom investimento, este trabalho abriu portas para novas idéias e oportunidades. Durante sua elaboração, era gratificante perceber que a cada etapa a ser elaborada era necessário colocar em prática o conhecimento adquirido e o espírito empreendedor desenvolvido e incentivado durante toda a vida acadêmica.

E ainda mais importante foi à obtenção de uma base sólida de informações necessárias a efetivação de uma vontade e a oportunidade de concretização de um empreendimento próprio.

## **12 REFERÊNCIAS**

BALLOU, Ronald H. **Logística Empresarial**: transportes, administração de materiais e distribuição Física. São Paulo, Atlas 1993;

BARNI, E.J.; ROSA, R. De C.C. **Competitividade das cooperativas de maricultores de Santa Catarina**: Epagri, 2005. 33p (Epagri. Documentos, 223)

BARNI, E.J.; ROSA, R. De C.C. **Considerações sobre a produção e o mercado de pescados**. Florianópolis: Epagri, 2005. 42p (Epagri. Documentos, 219).

BARNI, E.J.; SILVA, M.C.; ROSA, R. de C.C.; OGLIARI, R.A. **Estudo do mercado de mexilhões e ostras em São Paulo, Curitiba e Porto Alegre**. Florianópolis: Epagri, 2002. 43p. (Epagri. Documento, 210).

BRANCO, S. M. 1970. **Controle da poluição**. In: Comissão Interestadual da Bacia Paraná-Uruguaí. Poluição e piscicultura. São Paulo, pp. 79-108

BUARQUE, Cristovam. **Avaliação econômica de projetos**. Rio de Janeiro: Campos, 6<sup>o</sup> edição, 1991.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gerenciando pessoas**. 2<sup>a</sup> edição. São Paulo: Makron Books, 1994

CLEMENTE, Ademir. **Projetos empresariais e públicos**. São Paulo: Atlas, 1998.

DEGEN, R., **O Empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-Hill, 1989

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999. 312p.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Campus, 2001. 299 p.

FAO 1995 **Code of Conduct For Responsible Fisheries**. Roma, FAO, 41 p.

FUNDAP (Fundação do Desenvolvimento Administrativo) 1989 **Planejamento e Gerenciamento Ambiental**., São Paulo, Cadernos Fundap, 16, 94p

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991.

GONÇALVES, Gláucio. **Aspectos culturais e políticos das sociedades humanas em relação à natureza, utilizando o panorama da atividade de criação de organismos**

**aquáticos (aquicultura) pelos seres humanos.** Instituto de Pesca da APTA/Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo, 2002

HOLANDA, Nilson. **Planejamento e projetos: uma introdução as tesnicas de planejamento e elaboração de projetos.** 13 ed. Fortaleza:Estrela, 1987. 402p.

KOTLER, P. **Marketing para o Século XXI.** São Paulo: Futura, 1999

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: a edição do novo milênio.** São Paulo. Prentice Hall, 2000. 764p.

LÜDKE, M.; ANDRÉ, M. E. D. A. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas.** 5. reimp. São Paulo: EPU, 1986.

MARTINS, Eliseu, ASSAF NETO, Alexandre. **Administração financeira: as finanças das empresas sob condições inflacionárias.** São Paulo: Atlas, 1990

MATTAR, Fauze Nagib. **Pesquisa de Marketing.** 2º ed. São Paulo: Atlas, 1996, vol I

MONTIBELLER-FILHO, Gilberto. **O mito do desenvolvimento sustentável: Meio Ambiente e custos sociais no moderno sistema produtivo de mercadorias.** Florianópolis: Ed da UFSC, 2001. 306p.

PILLAY, T.V.R., **Aquaculture and the Environment.** New York: Halsted Press, 1992

POLI, Carlos Rogério. **Aquicultura: experiências brasileiras.** Florianópolis: UFSC, CCA, Multitarefa, 2004. 456p

POLLI, C.R.; LITTLEPAGE,J.L. **Desenvolvimento do cultivo de moluscos no estado de Santa Catarina.**BWA, 2003

PORTER, M. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior.** Rio de Janeiro: Ed. Campus, 1990. 512p.

PREZOTTO, L. L. **Agroindústria de pequeno porte, instrumento para o desenvolvimento local e a agricultura familiar.** Brasília: MA/SDR/PNFC, 1997. 49p.

ROESCH, Sylvia M. A. **Projetos de Estágio e de Pesquisas em Administração.** 1º ed. São Paulo: Atlas 1996

SANVICENTE, A Z.-**Administração Financeira.**4ªed.São Paulo, Atlas S/A-1999

SCHENINI, P. C. **Avaliação dos Padrões de Competitividade à luz do desenvolvimento sustentável: o caso da indústria Trombini Papel e Embalagens S/A em Santa Catarina.** Tese (Doutorado). Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 1999.

STONER, James; FREEMAN, R. Edward. **Administração**. 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: n. 1, p.25-49, 199.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 1997.

WELSH, Glenn A. **Orçamento empresarial**. 4º ed São Paulo: Atlas, 1989

WESTON, J.F.& BRIGHAM, E.F.-**Administração Financeira de Empresas** 1ªed.São Paulo, Ed.Interamericana S/A, 2000

WOILER, Samsão, MATHIAS, W. Franco. **Projetos: planejamento, elaboração e análise**. 13º ed. São Paulo: Atlas, 1996

WIEFELS, R.C> Trade Status of Products developed from Aquaculture Species in Asian and Latin American regions. Infopesca junho de 1999. disponível em [www.infopesca.org/](http://www.infopesca.org/). Acesso em 11/09/2005

<http://www.microsoft.com/brasil/msdn/Tecnologias/Carreira/Empreendedorismo.msp> < acessado em 10/05/2005>

[http://www.presidencia.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L9317.htm](http://www.presidencia.gov.br/ccivil_03/Leis/L9317.htm) < acessado em 12/08/2005>

<http://www.sebrae.com.br> < acessado em 06/05/2005>

<http://www.cin.fiesp.com.br/> < acessado em 28/08/2005>

<http://www.receita.fazenda.gov.br/> < acessado em 20/10/2005>

<http://www.agricultura.gov.br/> < acessado em 21/10/2005>

<http://www.fao.org/> < acessado em 05/05/2005>

<http://www.pmf.sc.gov.br/igeof/> <acessado em 20/10/2005>

<http://www.epagri.rct-sc.br/epagri/index.jsp> <acessado em 28/05/2005>

## ANEXOS



Anexo I – Lista de fornecedores (relação de maricultores de Florianópolis)

Lote	Dimensões do cultivo	Proprietário	CPF	Logradouro	Bairro	CEP	Telefone
1	100 x 50	William dos Santos	045.074.689-57	Servidão Selva Mar, 377	Tapera Fpolis - SC	88049-125	337-0831
2	125x60	Claudemar Mafrá	122.647.419-53	Rua Aristides Lobo, 338	Agrônômica – Fpolis	88025-510	9963-3260 / 9980-9578
3	80x100	Alexandre Reis Pereira	016.961.959-18	Rua Antônio Carlos Ferreira, 136	Agrônômica – Fpolis	88025-210	9607-7098
4	200x60		592.471.509-49	Rua Aníbal Nunes Pires, 205	Bairro José Mendes – Fpolis	88045-030	225-8289 / 9101-8712
5	60x40	Ademar Bianchi	007.978.639-15	Rua Marc Schramm, 223 – 101	Barreiros – Fpolis		235-3304 / 9952-8473
6	160x40	Rafael Luiz da Costa	032.539.039-82	Rua Olegário Pereira, 193	Cachoeira do Bom Jesus – Fpolis	88056-435	284-5051 / 9982-4179
7	100x100	José Sebastião Macari	107.875.180-34	Rua Aroldo Soares Gavlan, 39831	Cacupé – Fpolis	88050-005	235-1036 / 9111-6764
8	75x100=7500	Júlio César Bach	732.902.469-49	Servidão Lampião, 228	Campeche	88063-016	237-4692 / 9961-3903
9	170 x 20	Maurim Firmino Martins	432.572.249-15	Servidão Harmonia, 287	Campeche Fpolis – SC	88083-500	324-1376 / 239-9316
10	400x120	Mauro César Campos de Almeida	717.390.417-04	Servidão Harmonia, 287	Campeche – Fpolis	88083-500	237-2170 / 338-2022
11	400x110	Ruy Ávila Wolff	618.227.959-15	Servidão João Chagas, 194	Campeche – Fpolis – SC	88063-543	233-1228 / 9980-1310
12	50x25	Dórico Cidral	378.465.159-34	Mercado Público Municipal , Box 14	Centro – Florianópolis		238-0288 / 222-0266
13	150x70	Djalma V. de Melo	067.137.509-15	Rua Filipe Schmidt, 369 – 1º Andar	Centro – Fpolis	88010-000	: 9982/0578 / 223-8411
14	150x100	Domingos Joaquim Veloso Neto	029.944.459-72	Rua das Gaivotas, 455	Condomínio dos Ingleses – casa 16	88000-000	9960-8673
15	30x20	Bento Garcia	145.204.359-00	Rua Abel Capela, 772 – ap.310	Coqueiros – Fpolis	88080-250	239-5500 / 9982-2141
16	125 x 50	Erno Albino Birek	609.556.608-82	Rua Dona Florianam, 202 apto 102	Estreito Fpolis - Sc	88075-030	248-1098
17		Rosa da Silva Matos	987.850.609-68		Estreito Fpolis - Sc		
18	150x50	Antônio César da Silva Matos	020.806.419-21	Rua Thiago da Fonseca, 293 – ap.03	Estreito – Fpolis	88085-100	237-6062 / 9962-3626
19	40x40	Erno Albino Birek	056.412.179-72	Rua Dona Florianam, 202 – Apto 102	Estreito – Fpolis		248-1096 / 9972-4148
20	100 x 40	Elcio Francisco Apolinário	254.589.338-26	Servidão Amaro Agostinho dos Santos, 120	Fortaleza da Barra da Lagoa	88062-400	232-7358 / 9101-7707
21	80x160	Eduardo Luchesi	177.632.418-88	Rua Laurindo José de Souza, 597	Fortaleza da Barra da Lagoa	88061-400	235-1049 / 9101-9589
22	120x20	Flávia Ribeiro Couto	010.851.947-36	Rua Manoel I. da Silveira, 71/206	Lagoa da Conceição – Fpolis	88062-130	338-2022 / 9101-7280
23	100 x 42	João Manoel Patrício	1/R 119.976	Rua José Bernardes Vieira, 104	Pantanal Fpolis – SC		333-8949
24	300x100	João Adelino Vieira Rodrigues	532.687.509-82	Rod. Gilson da Costa Xavier, 3022	Ponta do Sambaqui – Fpolis	88050-001	335-0218 / 9984-1404
25	100x50	Vilmo Alberto Santos Trindade	1/R 924.449	Rua José Cardoso de Oliveira, s/n	Praia do Forte – Fpolis		282-9657 / 9962-3305
26	100x50	José Paulo Trindade	030.317.209-62	Rua Geral da Praia do Forte	Praia do Forte – Fpolis	88054-000	282-0620 / 9960-3155
27	100x50	Hélio Alberto Trindade		Rua José Cardoso de Oliveira, s/n	Praia do Forte – Fpolis		282-9014 / 9960-5127
28	150x100	Leonel Souza Felipe	671.947.968-72	Rua José Cardoso de Oliveira, s/n	Praia do Forte – Fpolis	88.000-000	282-2128 / 9982-2267
29	37 x 117	Rodrigo Ademir dos santos	952.112.259 - 53	SC 406 – 14590 - Fundos	Ribeirão da Ilha	88000000	237-9728 / 9968-1497
30	100x100	Guilherme Burigo Zanette	007.052.249-96	Rod. Baldicero Filomeno, 19494	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	
31	37 x 117	Renato Wilmar Martins	813.545.509-78	Rua Baldicero Filomeno, 12087	Ribeirão da Ilha - Fpolis		237 – 6319 / 8805-9051
32	45 x 100	Massaru Saito	997.735.038-87	Rod. Baldicero Filomeno, 14737	Ribeirão da Ilha - Fpolis	88064 0-001	237 - 6505
33	60x100=6000	Edson Freitas de Melo	341.969.869-00	Rua da Croa, 75 – Praia do Garcia	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88000-000	337-6021 / 9958-3672

34	150x25	Antônio João Espíndola	2.586.628-1	Rua das Aranhas, 385	Ribeirão da Ilha – Fpolis		337-4327 (Recados Djalma)
35	150x90	Celso Francisco Sandrini	378.388.229-04	Rua Baldicero Filomeno, 7965	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	337-5653 / 221-8552
36	150x90	Klaus Nelson Ferreira		Rua Baldicero Filomeno, 7947	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	337-5679 / 9951-4032
37	150x90	Gerson José Pinheiro	621.337.139-72	Rua Baldicero Filomeno, 8148	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	337-5830
38	400x110	Christine Espíndola	176.102.828-63	Rua Baldicero Filomeno, 9650	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	
39	200x60		416.648.509-10	Rua Baldicero Filomeno, 10180	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	237-6229 / 335-0224
40	100x200	Fernando Carlos Martins	853.805.719-72	Rua Baldicero Filomeno, 11013	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	237-8253 / 9997-8221
41	120x200	Alberto Orlando Fermiano	238.598.300-15	Rua Baldicero Filomeno, 11055	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	237-6336 / 9982-0516
42	50x120	Adelson Cardoso		Rua Baldicero Filomeno, 11575	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	237-6105
43	117x150	Ondemar Valdomiro Venâncio	596.608.999-04	Rua Baldicero Filomeno, 11949	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	337-6294 / 9104-1523
44	117x150	Adilson Arlindo Barbosa	784.937.819-91	Rua Baldicero Filomeno, 12345	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	237-6369
45	40x50	Sérgio Murilo Rabelo	399.214.209-87	Rua Baldicero Filomeno, 13756	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	9963-4878
46	30x60	Iris Dorvalício Martins	7607161899	Rua Baldicero Filomeno, 13885	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	9972-0366 / 237-6238
47	30x60	Ardenor Manoel de Souza.	289.431.809-00	Rua Baldicero Filomeno, 13791	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-001	233-2882 / 237-6292
48	100x50	Alvin Antônio da Cunha		Rua Baldicero Filomeno, 11575,14473	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	237-6026 / 237-6464
49	100x50	Almir Olmiro Espíndola		Rua Baldicero Filomeno, 14337	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	
50	100x200	Sérgio Luiz de Jesus	344.057.639-68	Rua Baldicero Filomeno, 14503	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	
51	110x75	Iris Dorvalício Martins	7607161899	Rua Baldicero Filomeno, 13885	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	9972-0366 / 237-6238
52	110x50	Adilson Oliveira	178.828.429-15	Rua Baldicero Filomeno, 14549	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	237-8321 / 233-2505
53	110x100	Rafael Eduardo Medeiros		Rua Baldicero Filomeno, 14.473	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	237-6464 / 9963-5953
54	110x100	Fernando José Diniz Cabral	415.855.429-20	Rua Baldicero Filomeno, 14773	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	
55	110x200	José Lindolpho Engelsing Garcez	006.535.450/91	Rua Baldicero Filomeno, 14923	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	237-8322
56	110x100	Luís Fernando Mendes	026.571.089-89	Rua Baldicero Filomeno, 15735-Casa 2	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	237-6141
57	110x50	Ronaldo da Silva Gomes	475.712.681-68	Rod. Baldicero Filomeno, 15370	Ribeirão da Ilha – Fpolis		233-5281
58	110x50	João José Vieira		Rua Baldicero Filomeno,	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	333-2145 / 9982-3068
59	12x15			Rua Baldicero Filomeno, 14.473	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	237-6464 / 9963-5953
60	50x50			Rua Baldicero Filomeno, 15370	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	237-6302 / 233-5281
61	50x50			Rua Baldicero Filomeno, 15243	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	237-6787 / 9951-8184
62	49x100	Paulo Antônio Constantino	763.827.888-72	Rua Baldicero Filomeno, 15.700	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	237-8374 / 9989-0421
63		Maximiniano Firminio Mendes	155.621.079-53	Rua Baldicero Filomeno, 15735-Casa 2	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	237-6141 / 9981-9923
64	60x40	Arcangelo Valdir Luiz	744.245.489-53	Rua Baldicero Filomeno, 15077	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	235-2992
65		Istela Osvaldico Luiz	031.761.449-54	Rua Baldicero Filomeno, 16728	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	9973-1960
66	20x40	Amaro Manoel Barreiros	299.895.749-87	Rua Baldicero Filomeno, 15370	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	237-6302 / 233-5281
67	30x20	Valmir Aparício Nascimento	341.944.609-87	Rua Baldicero Filomeno, 15630	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	237-6358 / 9980-7018
68	30x20	Joel José Sabina	712.089.339-49	Rua Baldicero Filomeno, 15243	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	237-6787 / 9951-8184
69	40x20	Katiane Mendes		Rua Baldicero Filomeno, 15735	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	237-6141

70	150x60	Odécio Oscar Luiz	753.069.039-15	Rua Baldicero Filomeno, 17610	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	237-6247
71	150x50	Pedro Joaquim Cabral	018226169-72	Rua Baldicero Filomeno, 16750	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	222-3671 / 324-2503
72	90x60	Devaldir José Lopes	824656309-20	Rua Baldicero Filomeno, 16602	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	237-5263
73	150x25	Fábio de Espindola	026.616.809-42	Rua Baldicero Filomeno, 16788	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	236-1621 / 8805-3244
74		Ramon Valentin	375.577.269-87	Rua Baldicero Filomeno, 16366	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	246-9793 / 9958-0613
75	100x175			Rua Baldicero Filomeno, 17750	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	237-6152 / 9981-0639
76	100x100	Dário Hudson Gonçalves	417.580.139-15	Rua Baldicero Filomeno, 5634	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	337-0848 / 9982-1100
77	20x25	Karl Silveira	000.455.190-72	Rua Baldicero Filomeno, 20400	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	237-8149
78	100x100	Sebastião José Ramos		Rua Baldicero Filomeno, 20400	Ribeirão da Ilha – Fpolis	88064-002	9981-1512
79	50x120	Valdemar Ivo do Nascimento	455.419.069-20	Rodovia Baldicero Filomeno, 12095	Ribeirão da Ilha – Fpolis		337-6200
80	100 x 50	João Carlos de Oliveira	952.117.729-20	Rod Baldicero Filomeno, 6427	Ribeirão da Ilha Fpolis - SC	88064-002	337-4404
81	100 x 100	Moisés Bernardo	008.602.499-05	Rod Baldicero Filomeno, 6585	Ribeirão da Ilha Fpolis - SC	88064-002	337-5677
82	100 x 80	Josemar Manoel Lopes	888.544.189-00	Rod Baldicero Filomeno, 6565	Ribeirão da Ilha Fpolis - SC	88064-002	337-4351
83	230 x 70	Adriano José dos Santos	837.514.089-91	Rod Baldicero Filomeno, 5731	Ribeirão da Ilha Fpolis - SC	88064-002	337-0606
84	80 x 80	Paulo Edson Heidreich Júnior	050.796.619-84	Rua Paulo P Heidreich, 103	Ribeirão da Ilha Fpolis - SC	88064-510	337-5777
85	180 x 30	Paulo Edson Heidreich	166.394.219-68	Rua Paulo P Heidreich, 103	Ribeirão da Ilha Fpolis - SC	88064-510	337-5777
86	180 x 30	João Tertuliano Siqueira	008.954.749-72	Rod Baldicero Filomeno, 6750	Ribeirão da Ilha Fpolis - SC		337-5855
87	180 x 30	Carlos Heidreich	067.065.779-20	Rua Paulo P Heidreich,	Ribeirão da Ilha Fpolis - SC	88064-002	248-1189
88	180 x 30	Carlos Alberto Cavalheiro	489.375.929-91	Rod Baldicero Filomeno, 7240	Ribeirão da Ilha Fpolis - SC	88064-002	
89	100 x 80	Tânia Fátima de Mello	935.587.409-04	Servidão Heitor Manoel Dutra, 61	Ribeirão da Ilha Fpolis - SC	88064-065	337-4753
90	120x50	Alexssandro Silva	017.727.889-70	Rua Baldicero Filomeno, 6780	Ribeirão da Ilha Fpolis - SC	88064-002	9922-0775 – 234-9628
91	80x50	Arnoldo João de Souza Neto	004.219.069-01	Rua Baldicero Filomeno, 6789	Ribeirão da Ilha Fpolis - SC	88064-002	337-5654 - 99213051
92	100 x 100	José Ferreira da Silva	305.874.339-49	Rod Baldicero Filomeno, 8131	Ribeirão da Ilha Fpolis - SC	88064-002	337-5900
93	90 x 50	Jucélio Antônio de Souza	802.169.409-78	Rod Baldicero Filomeno, 8016	Ribeirão da Ilha Fpolis - SC	88064-002	337-0633
94	90 x 50	Sérgio Murilo de Souza	584.764.589-91	Rod Baldicero Filomeno, 8016	Ribeirão da Ilha Fpolis - SC	88064-002	237-6348
95	100 x 90	Igor Fernandes de Faria	029.229.699-16	Rua Alberto Cavalheiro, 83	Ribeirão da Ilha Fpolis - SC	88064-002	
96	170 x 120	Adécio Romalino da Cunha	342.992.039-68	Rua Baldicero Filomeno, 5683	Ribeirão da Ilha Fpolis – SC	88064-002	9963-1200
97	85 x 50	Dário Hudson Gonçalves	417.580.139-15	Rua Baldicero Filomeno, 5634	Ribeirão da Ilha Fpolis – SC	88064-002	337-0848 / 9982-1100
98	85 x 50	Rita de Cássia Rodrigues	391.139.814-04	Rua Baldicero Filomeno, 5654	Ribeirão da Ilha Fpolis – SC	88064-002	337-0468 / 236-1792
99	170 x 20	Cátia Celina dos Santos	908.819.829-20	Rua Baldicero Filomeno, 5731	Ribeirão da Ilha Fpolis – SC	88064-002	337-0606
100	85 x 70	Oládio Alberto da Costa	029.818.759-06	Rua Baldicero Filomeno, 5867	Ribeirão da Ilha Fpolis – SC	88064-002	337-1347
101	100 x 85	Joel Aleixo Eller	145.589.949-53	Rua Baldicero Filomeno, 5960	Ribeirão da Ilha Fpolis – SC	88064-002	337-0138
102	170 x 60	José Carlos da Costa	671.792.239-72	Rua Baldicero Filomeno, 6230	Ribeirão da Ilha Fpolis – SC	88064-002	337-1371
103	170 x 120	Ademir Dário dos Santos	245.315.969-00	Rua Baldicero Filomeno, 6274	Ribeirão da Ilha Fpolis – SC	88064-002	337-0086 / 9983-5999
104	100 x 42	Rogério Bonatelli	446.516.199-91	Rod Baldicero Filomeno, 6058	Ribeirão da Ilha Fpolis – SC		337-6618
105	100 x 42	Otávio Narciso Barcelo	5407-CI-PMSC	Rua Baldicero Filomeno, 6026	Ribeirão da Ilha Fpolis – SC	88064-002	337-0125 / 229-6263

106	100 x 85	Anderson Onísio Barcelos	025.695.999-48	Rod. Baldicero Filomeno, 5986	Ribeirão da Ilha Fpolis – SC	88064-002	99019156
107	100 x 100	Carlos Henrique Araújo de Miranda Gomes	016.855.829-74	Servidão Catarina, 200	Saco dos Limões – Fpolis	88045-640	240-8335 / 9102-6899
108	150x80	Ailton Idalício Pereira	342.994.759-68	Servidão Manoel Bernardes de Oliveira, 47	Saco Grande – Fpolis		238-0946 / 238-1893
109	100x40		561.306.359-15	Rua Virgílio Várzea, 1057	Saco Grande II – Fpolis	88032-000	238-6005 / 2661323
110	100x40		179.624.559-34	Rod. Virgílio Várzea, 796	Saco Grande II – Fpolis	88032-000	238-2120
111	100 x 42	Jardel Joaquim Silveira	823.480.309-34	Rod. Gilson da Costa Xavier, 4732	Sambaqui Fpolis – SC	88051-001	232-7527
112	80x160	Jevana Tatiane Kviatkoski	267.523.028-63	Rod. Gilson da Costa Xavier, 4732	Sambaqui - Fpolis	88051-200	232-7257 / 9608-6186
113	80x150	Ney Leonardo Nolli	862.887.929-34	Rod. Gilson da Costa Xavier, 2909	Sambaqui - Fpolis	88051-000	335-0036 / (047) 246-5024
114	160x40	Júlio César Sarda Queiroz	025.938.619-75	Rua Isid Dutra, 74	Sambaqui – Fpolis	88051-010	235-2266 / 9998-1459
115	80x160	Gedeão Gomes	455.394.059-00	Rod. Gilson da Costa Xavier, 2759	Sambaqui – Fpolis	88051-001	335-0198 / 235-2093
116	80x160	João Carlos de Freitas Noronha Junior	004.720.949-63	Rua Rafael da Rocha Pires, 2306	Sambaqui – Fpolis	88051-001	335-0417 / 9607-0771
117	30x300	Antônio Laureano do Amaral		Rod. Gilson da Costa Xavier, 3072	Sambaqui – Fpolis	88051-000	335-0194
118	100 x 40	Lourenço da Rocha Silveira	358.674.930-91	Rua Gécio de Souza da Silva, 46	Sambaqui – Fpolis	88051-210	232-7634 / 335-0023
119	100x33	Jailson Ferreira	823480309-34	Rod. Gilson da Costa Xavier, 1903	Sambaqui – Fpolis	88051-001	235-2199 / 229-1248
120	100x33	Luiz Antônio de Mello Lisboa	343.259.809-20	Rodovia Gilson Costa Xavier, 2061	Sambaqui – Fpolis		235-2076 / 9973-1589
121	100x175			Rua Padre Rohr, 2030	Santo Antônio – Fpolis	88050-510	235-1721
122	60x40	Hailton Luiz Gonzaga		Rua Senador Mafra, 89	Santo Antônio – Fpolis		235-2477
123	84x41	João Neves dos Santos	013.650.100-15	Rua XV de Novembro, 1	Santo Antônio de Lisboa		235-2296 / 235-1455
124	60x40	Zulmar da Ventura	030.606.039-60	Rua Deputado Walter Gomes, 60	Santo Antônio de Lisboa – Fpolis		235-2611
125	84x41	Renaldo Dário Nunes	298.621.249-20	Rua Valter Gomes, 95	Santo Antônio de Lisboa – Fpolis		235-1534 / 9972-8303
126	84x41	Luiz Carlos Costa	155.216.569-87	Rua Cônego Cerpa, 57	Santo Antônio de Lisboa – Fpolis		235-1098 / 9960-8428
127	40x40	Renaldo Dário Nunes	298.621.249-20	Rua Valter Gomes, 95	Santo Antônio de Lisboa – Fpolis		235-1534 / 9972-8303
128	60x40	Alexandre Paulo Bianchi	221.753.422-4	Rua XV de novembro, 87	Santo Antônio Lisboa – Fpolis		235-3304 / 9952-8473
129	60x40	João Augusto Ribeiro	956.484.028-72	Rua Eugênio Portela, 193	São José		248-5744 / 9972-8814
130	125 x 100	Fabício dos Santos	008.151.149-31	Servidão Selva Mar	Tapera Fpolis - SC	88049-125	337-0831
131	125 x 50	Adaílton Alcécio Campos	651.295.719-91	Rua da Praia, 05	Tapera Fpolis - SC	88041-300	9125-1541
132	70x50	Vilmar dos Santos	416.410.279-91	Rua Selva Mar, 377	Tapera – Fpolis	88049-125	337-0831 / 9965-3270
133	75x100=7500	Fabiano da Silva Brandão	021.996.509-95	Servidão da Alegria, 46	Tapera – Fpolis		337-1066 / 333-6845
134	90x100=9000	Gentil João da Gama (+2)	480.492.399-34	Servidão Selva Mar, 330	Tapera – Fpolis	88063-000	337-0536 / 9953-7931
135	150x100=15000	Luiz Cláudio da Silva	007.409.679-67	Rua Geral Olímpio, 250	Tapera – Fpolis	88049-500	9911-8233
136	150x50	Nalzi Norberto da Silva	560.509.769-53	Rua José Olímpio da Silva, 1069	Tapera – Fpolis	88064-000	337-0570
137	150x25	Luiz Henrique Xavier	794.287.979-87	Rodovia Açoriana, 2240	Tapera – Fpolis	88049-190	337-0345 / 236-0026

138	150x30	Luís Carlos Fernandes	245.300.859-53	Rodovia Açoriana, 1364	Tapera – Fpolis	88049-190	337-4094
139	75x90	Emílio Kleber Gottschalk	609.556.608-82	Rua Nicanor Silva Filho, 141	Trindade – Fpolis	88040-470	337-5700
140	100 x 100	André Fillipe Silveira	932.627.609-00	Rua Bento Aguido Vieira, 216	Trindade – Fpolis	88036-410	333-2333 / 9127-6150
141	150 x 90	Carlos Henrique Parenti Kinast	589.054.210-91	Rua Lauro Linhares, 689, Ed. Orleans, apto 103	Trindade – Fpolis	88036-000	234-1559 / 9902-6560
142	100 x 40	Orlando Carlos da Silva Melo	305.702.519-00	Avenida Madre Benvenuta, 411 ~ 104	Trindade ~ Fpolis	88036-500	234-3140 / 9973-3304
143	100 x 70	Gabriel					
144	150x90	Dede					
145	150x90	Sidnei Everton Andrick	497.578.300-20				
146	75x90	Marcos					
147	400x110	Rogério H. Porta	107.431.088-84				
148	120x10	Rogério do Vale Pereira					
149	120x20	Francisco Carlos da Silva	304.338.279-04				
150		Fabio Faria Brognoli					
151		Nelson Silveira Junior					
152	130x200	Luiz Eduardo Alperted	014.031.758-96				
153		Alvin Antônio da Cunha					
154		Rafael Eduardo Medeiros					
155		Amaro Manoel Barreiros	299.895.749-87				
156		Joel José Sabina	712.089.339-49				
157	100X150	A M A S I	00.716.331/001-2				337-1262
158		(Mica)					
159	60x60	Zeca (Clandestino)					
160		Parente seu Vadinho					
161		Fernando Luiz Santana	618.226.399-72				
162		João Luiz Santana	010.040.009-44				
163	100x80	Jose Paulo da Silva	290.106.679-87				
164	100x80	Paulo Rodrigo da Silva					
165	100x80	Rafael do Espírito Santo	003.572.369-63				
166	100x80	Manoel Oscar Espírito Santo	417.883.039-20				
167	100x80	Atilânio Maurício da Silva	559.994.099-34				
168	100x80	Laércio Antonio Ferreira					
169	100x80	Zemildo de Souza Jaques	458.968.109-97				
170	100x80	Daniel Oscar do Espírito Santo	2.222.236-7				
171	100x80	Claudiney de Paulo Irmão	713.703.829-87				
172	100x80	Gilmar Alfredo Bortoluzzi	983.369.989-53				
173	100x80	Adriano Ramos					

<b>174</b>	100x80	Antônio Luiz Teixeira	252.282.349-34				
<b>175</b>	100x80	Arlindo Manoel Bittencourt	753.412.209-00				
<b>176</b>	100x80	Charles de Assis Teixeira	007.119.759-14				
<b>177</b>	100x80	Rodrigo Cardoso Machado	028.663.559-38				
<b>178</b>	100x80	Selmo Argeni Afonso	378.421.539-49				
<b>179</b>	80x100	Paulo Henrique Vitorino	798.889.419-68				333-4020 / 9119-1027
<b>180</b>	100x33	Ricardo Pires					
<b>181</b>	10x15	Ivan Cunha	1/R 934.972				
<b>182</b>	50x80	Luiz Felipe Siqueira Pinto	479.048.100-00				
<b>183</b>	163x40	José Alberto Queiroz	290.283.889-15				335-0143 / 9973-2948
<b>184</b>	84x41	Gioconda Lessing Rosito	223.790.459-68				235-2296

# RECEPÇÃO

A=35,00m<sup>2</sup>

10.60

LAVADORA DE ALTA PRESSÃO

MESA EM  
AÇO INOXIDÁVEL  
PARA LAVAGEM

J1-200x110 P=90

J1-200x110 P=90

P2 250x300

120

25

MESA DE PROCESSAMENTO

300x150

# PROCESSAMENTO

A=98,50m<sup>2</sup>

10.45

10.60

P1-100x210

J2-300x100 P=200

MESA DE EXPEDIÇÃO

300x150

BALANÇA

FREEZER

FÁBRICA DE GELO

90x200

200

DEPÓSITO  
DE EMBALAGENS

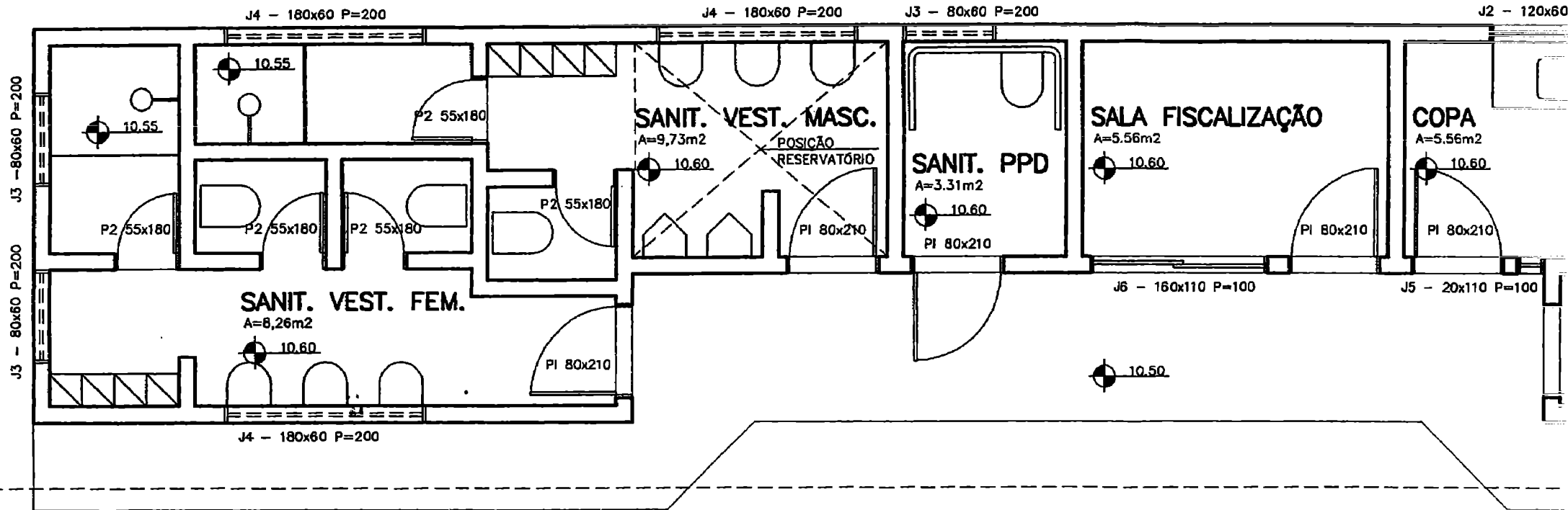
A=7,20m<sup>2</sup>

360

SÓRIA h= 2,00m

J1-200x110 P=90

J1-200x110 P=90





Anexo III - LEI Nº 12.117, DE 07/01/2002 (DO-SC, DE 09/01/2002)

Dispõe sobre a Certificação de Qualidade, Origem e Identificação de Produtos Agrícolas e de Alimentos e estabelece outras providências.

O GOVERNADOR DO ESTADO DE SANTA CATARINA,

Faço saber a todos os habitantes deste Estado que a Assembléia Legislativa decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º - Ficam instituídos, no território catarinense, para identificar a qualidade e a origem de produtos agrícolas e de alimentos, emitidos por autoridade competente, os seguintes selos:

- I - Denominação de Origem Controlada - DOC;
- II - Indicação Geográfica Protegida - IGP;
- III - Produto de Agricultura Orgânica - ORG;
- IV - Produto de Origem Familiar - FAM; e
- V - Certificado de Conformidade - CCO.

§ 1º - A emissão de selos para reconhecimento de Denominações de Origem Controlada - DOC - ou de Indicação Geográfica Protegida - IGP -, somente será efetivada em benefício de produtores rurais, pescadores ou empreendedores quando organizados em associações, sendo vedada sua concessão à pessoa física.

§ 2º - Para efeitos desta Lei, entende-se por associações os agrupamentos ou organizações de produtores ou transformadores de um mesmo produto agrícola ou alimento, sendo aceita qualquer forma jurídica ou composição.

§ 3º - O reconhecimento de produtos e alimentos, processados ou não, para concessão de selos de Produto de Agricultura Orgânica - ORG -, de Produto de Origem Familiar - FAM - ou Certificado de Conformidade - CCO - também poderá ser efetuado em benefício de produtores individuais.

Art. 2º - A adesão aos princípios e normas estabelecidos na presente Lei para obtenção de selos de garantia de qualidade e origem é facultativa e de livre arbítrio dos interessados.

Art. 3º - Constitui uma Denominação de Origem Controlada - DOC -, o nome dado a uma região ou a uma localidade do Estado de Santa Catarina que sirva para designar um produto agrícola ou um alimento originário desta mesma região ou localidade, quando a qualidade ou características específicas são de forma comprovada atribuídas, essencialmente ou exclusivamente, ao meio geográfico - compreendendo os fatores naturais e humanos - e cuja produção, processamento, transformação ou elaboração ocorram nesta mesma área geográfica delimitada.

§ 1º - A Denominação de Origem Controlada - DOC - reconhece e protege a denominação geográfica sob a qual um produto se tornou notório, com nítida ligação entre o produto, o

território e o talento do homem.

§ 2º - Os atributos do meio geográfico compreendem fatores naturais como solo e clima e fatores humanos, como saber fazer, tradição e cultura.

Art. 4º - Constitui uma Indicação Geográfica Protegida - IGP -, o nome de uma região ou de um local determinado do Estado de Santa Catarina que sirva para designar um produto agrícola ou um alimento originário desta região ou localidade, quando a reputação ou característica peculiar, embora ainda não comprovada cientificamente, possa ser atribuída a essa origem geográfica e cuja produção, processamento, transformação ou elaboração ocorram na área geográfica delimitada.

Parágrafo único - Um produto com certificação de Indicação Geográfica Protegida - IGP - pode dar origem a uma certificação de Denominação de Origem Controlada - DOC - quando sua característica puder ser atribuída ao meio geográfico.

Art. 5º - Um nome não pode ser registrado como Denominação de Origem Controlada - DOC - ou como Indicação Geográfica Protegida - IGP - quando conflitar com o nome de uma variedade vegetal, de uma raça ou de uma linhagem animal, quando a denominação se tornar genérica ou quando se tornar nome comum de um produto ou gênero alimentício, capazes de induzir o consumidor ao engano quanto à verdadeira origem do produto.

Art. 6º - Constitui um Produto de Agricultura Orgânica - ORG - o produto agrícola ou alimento, in natura ou processado, obtido em sistema orgânico de produção agropecuária e industrial, sem a utilização de produtos químicos de síntese ou sintéticos.

§ 1º - O conceito de sistema orgânico de produção agropecuária e industrial abrange os sistemas denominados ecológico, biodinâmico, natural, regenerativo, biológico, agroecológico, permanente, sustentável e permacultura e cuja produção, processamento, transformação ou elaboração foi efetuada sem a utilização de produtos químicos de síntese ou sintéticos, sem utilização de organismos geneticamente modificados ou transgênicos, sem emprego de radiações ionizantes e respeitado o meio ambiente e o bem estar dos homens e dos animais.

§ 2º - Considera-se produtor orgânico, para efeito desta Lei, tanto o produtor de matérias-primas e de alimentos como o processador das mesmas.

§ 3º - Considera-se unidade de produção, a propriedade rural em que se reservem áreas exclusivas sob sistema orgânico de produção, observando-se o período de conversão definido pelo Serviço de Selos e Certificações de Qualidade.

§ 4º - Para que um produto possa receber a denominação de orgânico, deverá ser proveniente de um sistema onde tenham sido aplicadas as bases estabelecidas na presente Lei.

Art. 7º - Constitui um Produto de Origem Familiar - FAM -, o produto agrícola ou alimento cujo atributo se deva essencialmente ao caráter familiar e artesanal de sua produção, processamento, transformação ou elaboração.

**Art. 8º - Constitui um produto com Certificado de Conformidade - CCO -, o produto agrícola ou alimento que apresenta atributos específicos de qualidade e foi gerada conforme normas de produção, transformação, fabricação ou embalagem previamente fixadas para a obtenção destes atributos de qualidade.**

**Art. 9º - Para obter o reconhecimento e utilizar um dos selos instituídos nesta Lei, o produto agrícola ou alimento deve atender a um conjunto de especificações contidas no Caderno de Normas e Especificações, estabelecidas pelo Serviço de Selos e Certificações de Qualidade.**

**Parágrafo único - Além das normas e especificações estabelecidas pelo Serviço de Selos e Certificações de Qualidade, é necessária a observância das exigências sanitárias em vigor no município, Estado ou União, segundo a abrangência do mercado a que se destina o produto certificado, e atendidas as disposições do Código de Defesa do Consumidor, instituído pela Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.**

**Art. 10 - Denomina-se "Certificação" o ato pelo qual uma terceira parte afirma que um produto, processo ou serviço, devidamente identificado, está em conformidade com uma norma ou um outro documento normativo especificado.**

**Art. 11 - Sistema de Certificação é um sistema com suas próprias regras de procedimento e gestão, destinado a efetuar a Certificação.**

**Art. 12 - Serviço de Selos e Certificações de Qualidade é o organismo oficial que gere a certificação de produtos agrícolas e alimentares.**

**Art. 13 - Certificadora é o organismo de controle credenciado pelo Serviço de Selos e Certificações de Qualidade para executar, em matéria de certificação, serviços de inspeção, verificando o fiel cumprimento do caderno de normas e especificações.**

**Parágrafo único - Para que uma Certificadora possa ser credenciada junto ao Serviço de Selos e Certificações de Qualidade, deverá comprovar, entre outras exigências, não manter vínculos ou relações de qualquer ordem com o produtor ou entidade certificada, visando assegurar transparência e imparcialidade ao ato de certificação.**

**Art. 14 - Caderno de Normas e Especificações é o documento no qual são registrados os nomes do produto, sua descrição, delimitação da área geográfica, provas de origem, descrição do método de obtenção do produto, elementos que justificam a ligação com o meio geográfico, referências sobre o sistema de controle e as exigências a serem cumpridas para obtenção do certificado e uso dos respectivos selos.**

**Art. 15 - A verificação do fiel cumprimento do Caderno de Normas e Especificações será realizada por Certificadoras independentes, que terão regras próprias de procedimento e de gestão, e serão credenciadas pelo Serviço de Selos e Certificações de Qualidade de Produtos Agrícolas.**

**Art. 16 - Licença ou Certificado é o documento emitido pelo Serviço de Selos e Certificações de Qualidade, de acordo com as regras do sistema de certificação, concedido a um grupo de produtores, associação, cooperativa ou produtor individual, conferindo o direito de utilizar certificado, marca ou selo de conformidade nos seus produtos, processos ou serviços.**

**Art. 17 - Somente produtos agrícolas ou gêneros alimentícios podem obter o reconhecimento de uma Denominação de Origem Controlada, Indicação Geográfica Protegida, Produto de Agricultura Orgânica ou Produto de Origem Familiar.**

**§ 1º - Os gêneros alimentícios industrializados poderão obter o reconhecimento de uma Denominação de Origem Controlada ou Indicação Geográfica Protegida, desde que exista um vínculo claro entre as características do produto e sua origem geográfica.**

**§ 2º - O nome geográfico que constitui uma Denominação de Origem Controlada ou uma Indicação Geográfica Protegida ou qualquer outra menção que os evoquem, não podem ser utilizados por nenhum produto similar nem por qualquer outro produto ou serviço se esta utilização representar ameaça, presente ou futura, de prejuízo à notoriedade da denominação de origem ou à indicação geográfica.**

**§ 3º - Os produtos agrícolas, gêneros alimentícios ou produtos agrícolas não alimentares que apresentam características específicas ou que foram produzidos segundo regras ou normas previamente determinadas, passíveis de rastreamento ou traçabilidade, poderão obter o Selo de Certificado de Conformidade.**

**Art. 18 - A concessão dos selos e certificados previstos nesta Lei será analisada e aprovada pelo Conselho Diretivo e homologada por Decreto do Chefe do Poder Executivo.**

**Art. 19 - As concessões aprovadas pelo Conselho Diretivo, após homologadas por decreto do Poder Executivo, deverão ser publicadas no Diário Oficial do Estado e, no caso das certificações de Denominação de Origem Controlada e Indicação Geográfica Protegida, poderão ser objeto de registro no Instituto Nacional de Patente Industrial - INPI -, em conformidade com a Lei federal nº 9.279, de 14 de maio de 1996.**

**Art. 20 - Fica instituído o Serviço de Selos e Certificações de Qualidade de Produtos Agrícolas e Alimentares, órgão vinculado à Secretaria de Estado do Desenvolvimento Rural e da Agricultura e responsável pelo estabelecimento das normas, dos procedimentos, dos registros e da elaboração dos Cadernos de Normas e de Especificações que deverão reger a emissão dos selos.**

**Parágrafo único - A competência do Serviço de Selos e Certificações de Qualidade abrangerá todo o conjunto de produtos agrícolas e gêneros alimentícios, transformados ou não, produzidos no Estado de Santa Catarina.**

**Art. 21 - O Serviço de Selos e Certificações de Qualidade terá a seguinte composição:**

- I - Conselho Diretivo;
- II - Secretaria Executiva;
- III - Comitê Estadual de produtos lácteos;
- IV - Comitê Estadual de produtos derivados de carnes;
- V - Comitê Estadual de sucos, vinhos e outras bebidas;
- VI - Comitê Estadual de hortifrutigranjeiros;
- VII - Comitê Estadual de agricultura orgânica;
- VIII - Comitê Estadual de aquicultura; e
- IX - Comitê Estadual de outros produtos agrícolas e alimentos.

Art. 22 - O Conselho Diretivo, formado por entidades governamentais e por instituições envolvidas e comprometidas com o processo de certificação, terá a seguinte composição:

- I - um representante da Secretaria de Estado do Desenvolvimento Rural e da Agricultura;
- II - um representante da Secretaria de Estado da Justiça e Cidadania - Procon;
- III - um representante da Organização das Cooperativas do Estado de Santa Catarina;
- IV - um representante da Federação da Agricultura do Estado de Santa Catarina;
- V - um representante da Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina;
- VI - um representante da Federação do Comércio do Estado de Santa Catarina;
- VII - um representante da Federação dos Trabalhadores na Agricultura do Estado de Santa Catarina;
- VIII - um representante da Associação Catarinense de Supermercados;
- IX - um representante da Federação das Associações de Pequenas e Médias Empresas;
- X - um representante da Federação das Associações Comerciais e Industriais de Santa Catarina;
- XI - um representante do Comitê de Defesa do Consumidor Organizado - Deconor;
- XII - um representante das organizações não-governamentais ambientalistas;
- XIII - um representante das organizações não-governamentais de agricultura orgânica;
- XIV - um representante da Fundação Universidade do Estado de Santa Catarina - UDESC;
- e
- XV - um representante da Universidade Federal do Estado de Santa Catarina - UFSC.

§ 1º - Os membros do Conselho Diretivo discriminados nos incisos I e II são de livre nomeação do Chefe do Poder Executivo, com mandato de dois anos.

§ 2º - Os membros do Conselho Diretivo discriminados nos incisos III a IX deverão ser indicados pelas organizações interprofissionais vinculadas a grupos com atividades relacionadas a produtos agrícolas e a gêneros alimentícios, de livre nomeação do Chefe do Poder Executivo, com mandato de dois anos, permitida uma recondução.

Art. 23 - O Conselho Diretivo será dirigido por um Presidente, de livre nomeação do Governador do Estado, com mandato de dois anos, em regime de alternância entre os representantes do Poder Executivo.

**Art. 24 - Cabe ao Conselho Diretivo decidir, implementar e acompanhar a política geral do Serviço de Certificação, apresentar a proposta orçamentária e acompanhar o desempenho financeiro do serviço, bem como aprovar as proposições de concessão de selos encaminhadas pelos respectivos Comitês.**

**Art. 25 - Os Comitês serão compostos por representantes da administração pública estadual e por produtores, processadores industriais, distribuidores e consumidores com interesses nas respectivas cadeias produtivas.**

**§ 1º - Os representantes da administração pública nos Comitês são de livre nomeação do Chefe do Poder Executivo, não podendo exceder a cinquenta por cento do total de seus membros, com mandato de dois anos, permitida uma recondução.**

**§ 2º - Os produtores, os processadores industriais, os distribuidores e os consumidores com interesses nas respectivas cadeias produtivas indicarão seus representantes nos Comitês, que deverão ser nomeados pelo Chefe do Poder Executivo, com mandato de dois anos, permitida uma recondução.**

**Art. 26 - Cabe à Secretaria Executiva assegurar o funcionamento do Serviço de Selos e Certificações de Qualidade de Produtos Agrícolas e Alimentares, através de uma equipe de pessoal permanente, coordenada por um Secretário Executivo, indicado pelo Conselho Diretivo e nomeado pelo Secretário de Estado do Desenvolvimento Rural e da Agricultura.**

**Parágrafo único - Tanto o Secretário Executivo quanto o pessoal técnico permanente devem possuir qualificação, formação e experiência profissional necessárias ao perfeito desempenho do serviço e não poderão estar sujeitos ao controle ou influência de pessoas que tenham interesse comercial direto sobre a certificação a ser concedida.**

**Art. 27 - O Governo do Estado poderá disponibilizar servidores públicos efetivos do Estado para prestarem serviços junto ao Serviço de Selos e Certificações de Qualidade de Produtos Agrícolas e Alimentares.**

**Art. 28 - O Poder Executivo fica autorizado a criar dotação orçamentária específica, vinculada à Secretaria de Estado do Desenvolvimento Rural e da Agricultura, destinada ao custeio das despesas decorrentes da implementação do Serviço de Selos e Certificações de Qualidade de Produtos Agrícolas e Alimentares e outras originárias da execução desta Lei.**

**Art. 29 - Os recursos necessários para custear as despesas relativas a exames analíticos e organolépticos a serem realizados por demanda do serviço e a cobrir as despesas resultantes dos controles previstos nesta Lei, serão suportados pelas associações interprofissionais, consórcios de valorização ou sindicatos de defesa do respectivo produto a ser certificado, facultada a possibilidade de parceria com a Secretaria de Estado do Desenvolvimento Rural e da Agricultura nos cinco primeiros anos de funcionamento do serviço, com desvinculação gradativa.**

Art. 30 - O Poder Executivo adaptará a regulamentação da Lei nº 10.610, de 1 de dezembro de 1997, e regulamentará a presente Lei no prazo de sessenta dias a contar de sua publicação.

Art. 31 - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 32 - Ficam revogados os arts. 5º e 6º da Lei nº 10.731, de 30 de março de 1998, e os arts. 8º e 9º do Decreto nº 3.526, de 15 de dezembro de 1998, e demais disposições em contrário.

Florianópolis, 7 de janeiro de 2002

ESPERIDIÃO AMIN HELOU FILHO  
Governador do Estado

#### **Anexo IV – Documentos necessários para o registro da empresa**

Um formulário deverá ser fornecido pelo próprio órgão (Secretaria de Administração). Incide taxa.

**- registro na Junta Comercial (Lei nº 8.894/94):**

- requerimento com tarja vermelha;
- Contrato Social assinado por Advogado;
- FCN - Ficha de Cadastro Nacional - modelo 1 e 2 (01 via);
- DARC - Documento de Arrecadação do Registro do Comércio (04 vias);
- DARF - Documento de Arrecadação de Receitas Federais (03 vias - Cód. 6621);
- declaração de Microempresa (02 vias);
- fotocópias da C.I. e C.P.F. dos sócios, autenticadas.

**- registro junto à Receita Federal para obtenção do CNPJ:**

- ficha cadastral da Pessoa Jurídica - FCPJ e Quadro Societário (anexo FCPJ - 02 vias);
- fotocópias autenticadas do C.P.F. e da C.I. de todos os sócios;
- fotocópias de comprovante de residência (conta de água/luz, etc) de todos os sócios;
- fotocópias de comprovante de localização da empresa;
- original do Contrato Social e Declaração de Microempresa

**- registro na Secretaria Estadual da Fazenda para a obtenção da Inscrição Estadual:**

- FAC - Ficha de Atualização Cadastral (02 vias);
- DAR - Documento de Arrecadação (03 vias );
- fotocópia do Contrato Social, com o número do registro da Junta Comercial, autenticada;
- fotocópia da ficha de CNPJ/MF, com o respectivo número;
- fotocópia da Declaração de microempresa, carimbada pela Junta Comercial;
- fotocópia autenticada do C.P.F. , inclusive dos respectivos cônjuge;
- fotocópia autenticada da C. I. de todos os sócios;



- fotocópia do comprovante de residência;
- fotocópia autenticada da Escritura/Contrato de locação, comodato, etc. e croqui de localização, autenticadas.
- registro junto à Secretaria de Finanças - Prefeitura Municipal, para obtenção de alvará de funcionamento e inscrição no cadastro fiscal:
  - Contrato Social, registrado na Junta Comercial;
  - cartão do CNPJ/MF, com o respectivo número;
  - vistoria do Corpo de Bombeiros (incide taxa);
  - alvará Sanitário da Divisão de Vigilância Sanitária, se for o caso de empresas do ramo de alimentação;
  - consulta de Viabilidade (já requerida);
  - prova de localização da empresa;
  - ficha de Recadastramento Pessoa Jurídica (formulário fornecido) para o CMC - Cadastro Municipal de Contribuintes;
  - recolhimentos de taxas como: TLL - taxa de licença e localização, cujo valor é calculado de acordo com o número de empregados e o ramo de atividade; TLP - taxa de licença para publicidade, se vai utilizar placas de identificação, etc.

## Anexo V – Fluxograma de registro de Inspeção Sanitária

